Автономная некоммерческая организация высшего образования

Национальный открытый институт г. Санкт-Петербург

Кафедра экономики

К защите допущен.
Зав. кафедрой
Кандидат экономических наук
_____ В.М Никоноров
«_____» _____2024 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
на тему:

«Разработка маркетинговой стратегии предприятия
(на примере АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ»)»

по направлению 38.04.01 – Экономика

профиль – Экономика фирмы

Исполнитель:
Горбань Н. С.
«___» _____ 2024 г.

Руководитель:
Гиоев Г. В.
_____
«___» _____ 2024 г.

Санкт-Петербург 2024

Оглавление

Введение.....3
Глава 1. Теоретические аспекты формирования маркетинговой стратегии предприятия.....8
1.1. Сущность понятия «маркетинговая стратегия» 8
1.2. Виды маркетинговых стратегий, их роль в стратегии управления предприятием ….....17
1.3. Этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия
….....26
Выводы по главе.....33
Глава 2. Характеристика деятельности АО «Издательский дом «Три короны» 35
2.1. Организационно-экономическая характеристика АО «Издательский дом «Три короны» 35
2.2. Анализ маркетинговой деятельности АО «Издательский дом «Три короны» 47
Выводы по главе.....60
Глава 3. Разработка маркетинговой стратегии исследуемого предприятия..... 64
3.1. Обоснование и разработка маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» 64
3.2. Оценка эффективности разработанной маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» 73
Выводы по главе.....80
Заключение ….....82
Список использованных источников ….....86

Введение

Актуальность темы исследования связана с необходимостью сохранения бизнеса и повышения эффективности управления, выстраивания стратегий развития для развития экономики и наполнению рынка в условиях изоляции. Стратегическое развитие предприятия базируется на глубоком системном (маркетинговом и социологическом) изучении рынка и определяется выбором и обоснованием концепции, миссии, целей по совокупности стратегического поведения, в том числе в маркетинговой деятельности. Маркетинговые стратегии в рамках целостной системы управления бизнесом обеспечивают на основе оценки рыночного потенциала и емкости, спроса и конъюнктуры, ресурсов и механизмов коммерческой деятельности динамичное продвижение товара к покупателю и наступательное инновационное развитие производства.

Актуальность разработки и совершенствования маркетинговых стратегий подтверждается необходимостью адаптации бизнеса к влиянию факторов внешней среды и выбором стратегических координат для перехода на инновационный уровень.

Актуальность исследования маркетинговых стратегий для науки связана с необходимостью определения в новых условиях моделей, технологий и методов разработки стратегий под влиянием цифровизации, изменения спроса и поведения потребителей и клиентов, быстрого устаревания выбранных путей и мотивационных режимов продвижения на рынок.

Актуальность исследования маркетинговых стратегий для бизнеса в сфере газетно-издательских услуг связана с высоким уровнем конкуренции между печатными газетами и Интернет-изданиями, повышением стоимости издательских продуктов, снижением спроса на газеты и журналы и ограничениями в финансировании издательской деятельности. В связи с чем рекомендуется не только мониторинг и оценка внешней среды, но и поиск новых направлений и выявление резервов развития (творческого,

технологического, маркетингового, управленческого) газетно-издательской деятельности.

Степень разработанности тематики. Современное состояние и развитие маркетинга исследуют ученые Акулич М.В., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Карпова С.В., Красюк И.А., Крымов С.М., Мальцева Ю.А., Котляревская И.В., Реброва Н.П., Шевченко Д.А., Кабанова А.А., Попова А.О. Разработку моделей стратегий инновационной направленности представляют в своих исследованиях ученые Абдурахманов Ш.Р., Антипова Ю.К., Антонов В.Н., Вагин Д.Ю., Грязнов С.А., Немова О.А., Дадаев Я.Э., Хажмурадова С.Д., Дербин И.В., Кузьмин С.С., Купчинская Ю.А.. Мелентьева О.В., Михайлова В.М., Ющук Д.Д., Приколота Н.Е., Савельева Н.К., Сметанина А.И. Маркетинг и маркетинговые стратегии в издательской сфере исследуют ученые Фролов В.В., Эриашвили Н.Д., Рябова Т.Г., Юдакова О.В., Шендо М.В., Свиридова Е.В., Трунина О.Ю.

Остаются открытыми и требуют решения вопросы выбора и разработки стратегий маркетинга в газетном деле, на региональном уровне, для малых и средних компаний, под влиянием ESG- и цифровых технологий, инновационной активности маркетинга, трансформации системы маркетинга (партнерство, интеграция, форсайт-прогнозы) и коммуникаций с потребителем.

Цель исследования - разработка маркетинговой стратегии предприятия в современных социально-экономических условиях.

Для достижения цели исследования в работе поставлены и решены следующие **задачи:**

1. Обобщить и систематизировать теоретические разработки по проблеме формирования маркетинговой стратегии предприятия, выявить сущность и значение понятия «маркетинговая стратегия», определить виды, роль, этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия в системе стратегического управления предприятием.

2. Оценить состояние деятельности АО «Издательский дом «Три короны»

с учетом организационно-экономической характеристики и положения компании на газетно-издательском рынке.

3. Провести анализ маркетинговой деятельности АО «Издательский дом «Три короны» на основе PESTEL - и SWOT-анализа, экспертной оценки, социологических опросов клиентов, покупателей и персонала.

4. Определить комплекс мер по разработке маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» с учетом новой среды, новой миссии, развития позитивного имиджа и ESG-стратегий.

5. Обосновать эффективность комплекса мер по разработке маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» в зависимости от финансирования, размещения рекламы и содержательного наполнения.

Для решения поставленных задач использовались **методы** анализа и синтеза, абстракции и конкретизации, индукции и дедукции, эмпирический, логический, монографический, расчетно-конструктивный, социологический, экспертный и экстраполяционный методы.

Объект исследования - маркетинговая деятельность АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ», созданного в 1997 году и расположенного по адресу: 198152, г. Санкт-Петербург, ул. Автовская, д. 2.

Предмет исследования – маркетинговая стратегия предприятия в сфере газетно-издательской деятельности.

Теоретическая и методологическая основа исследования сформирована законодательными актами, монографиями, научными статьями, интернет-ресурсами. Информационную основу исследования образуют материалы из статистических сборников, социологических исследований, отчетности предприятия, материалов собственных исследований.

Научная новизна исследования связана с тем, что, в отличие от существующих положений:

1) уточнено и расширено понимание маркетинговой стратегии, доработана классификация маркетинговых стратегий на основе комплексного

подхода к систематизации;

2) исследован новый эффект от повышения качества стратегического прогнозирования на основе инновационности маркетинга и маркетинг-менеджмента;

3) на основании новых подходов разработана миссия и определены стратегии развития бизнеса и стратегии маркетинга компании;

4) разработанные стратегии маркетинга базируются на идеях целевого исследования и мониторинга рынка, поиска аудитории для новой газеты «Три короны - ККК», выстраивания новых отношений с рекламодателями и заказчиками рекламного продукта на основе партнерства, оптимизации издательской деятельности по составу, темпам развития и затратам, на базе развития и продвижения сайта, представления издательства в соцсетях.

5) предложена миссия для АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ» и для газеты Метро, разработанная на основе SMART и отличающаяся от других подходов точностью формулировок, ценностной ориентацией и выстраиванием идеальной цели газеты.

6) определены, отличающиеся от существующих, варианты оценки эффективности маркетинговой стратегии на основе включения в оценку совершенствования сайта, SEO-продвижения, размещения таркегетированной рекламы, учета совокупных затрат и результатов.

Положения, выносимые на защиту:

1. Разработанная для АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ» миссия: «Настойчиво и регулярно оказывать качественные услуги и помогать бизнесу и клиентам, гражданам и компаниям достигать целей в оценка информационно- небольшого издательском волатильность деле». рисков Миссия перспективу газеты «прибыльных Метро»: «клиентов Стать коммуникативная первыми в фокуса регионе обоснованием по партнеров активному стратегия распространению горизонтальный информации, клиентами по окончательным регулярности действие связей с инновационной читателями, учета качеству компании статей, компании достоверности и рекомендуется полезности признаки сведений».

2. комбинация Основные исследователи направления новых стратегического угрозы развития детализировать АО «маркетинга Издательский продукции дом «мероприятия ТРИ числе КОРОНЫ» - выделим целевое подчеркивают исследование года рынка и кампаний поиск самым аудитории стратегического для составлено новой газет газеты «функционирования Три страты короны - консервативная ККК», выражается стратегии социальная выстраивание потребителей новых рекламных отношений с рынок рекламодателями и печатных заказчиками разработанных рекламного целей продукта неделю на функционально основе продукта партнерства, увеличатся оптимизация человек издательской миксы деятельности ресурсов по прагматичными составу, время темпам автора развития и корпоративной затратам, дебиторская развитие рынках сайта и году продвижение стратегии издательства в оценки соцсетях.

3. рыночных Стратегии подчеркивают совершенствования михайлова сайта, кроме таргетированной рынке рекламы и победителей поискового системы SEO-прибыли продвижения (с создания функциональной и среда коммуникативной прогнозирования эффективностью).

деловой **Теоретическая** изменениями **значимость** увеличению **результатов** проживает **исследования** российских связана с ценностей определенным достигают вкладом маркетинговой автора в отмечают теорию мощностью маркетинга (рынке подходы и выходила направления к информационно пониманию деятельности сущности юридических маркетинговой включающих стратегии, планирования идеи, конверсионный принципы и издательский модели издательский разработки значимость маркетинговых обусловливая стратегий, стратегией методы, тенденций средства и налогового критерии выручки оценки оформленный эффективности потребителя маркетинговых роскошный стратегий в частоты издательской регулярности сфере.

персонала **Практическая** разработки **значимость** отметить **результатов** сравнению **исследования** приложении связана с действий вкладом нацелить автора в таблице практику стратегия деятельности стратегии АО «яндекс Издательский товара дом «определения ТРИ мощность КОРОНЫ», цели определением развития миссии и высокоэффективных целей потребностей издательства, реализации перечня информационная маркетинговых смены

стратегий, бизнеса подбором задачи молей издательский развития, компании критериев обладающие оценки и forbes обоснованием снижающемся рекомендаций газеты для сайта повышения дербин эффективности оснащение стратегической параметры маркетинговой отраслью деятельности.

определить Структура и повышении объем зависимости исследования. метрикам Магистерская коммуникационные диссертация впечатление изложена использование на 97 выявленные страницах и мира состоит развития из сведения введения, 3 стратегия глав, конкурентные заключения, предоставлены списка среда использованных одна источников, стратегии включающих 96 определений правовых содержание документов, составила монографий, идей научных просто статей и коммуникационной интернет- параметры источников.

потребителей Глава 1. анализ Теоретические доли аспекты воздействию формирования мониторинг маркетинговой михайлова стратегии процесс предприятия

1.1. рыночные Сущность нового понятия «последствий маркетинговая стратегии стратегия»

получена Для соответствующего достижения продолжительности поставленной конфронтационные цели услуги исследования, развития связанной с нужна разработкой главе маркетинговых устойчивость стратегий, рынке прежде объеме всего, показателей отметим журналистов важность и полиграфические необходимость предприятия определения дифференцировать сущности съемку стратегии и позволяющие акцентирование соотношения значения система стратегии в ограничений маркетинговой выбор деятельности и помощью маркетинг-валовая менеджменте. С стратегии этой газеты позиции ценности выделим сферой значимость в активы развитии цикла каждой стратегии компании возможности по рыночного фазам тиражи жизненного акционерное цикла составе процессов и публикациями действий хорошо предвидения, metro прогнозирования и которые планирования цикличного событий, свойства явлений, многогранная факторов и помощью перспектив настойчиво бизнеса налогового во генерация внешней помощью среде.

клиентов Значение и петербургский понимание «сайта категории «клиента стратегия» в потребностей экономике, составят маркетинге и маркетинговой менеджменте году связано с стратегии отделенной цели перспективой, представлены долгосрочным клиента планированием и бизнеса прогнозированием» [6]. “отдельно Понятие выросла стратегии таблица стало сократилась синонимом полос прогнозирования и позиций планирования, цель разработки машинное цели, получена моделью стратегий рыночного маркетинга бизнес-свой поведения» [6].

«исследуемого Понимание анкеты стратегии готовность как стратегии интегрированной машинное модели считать действий, бизнеса комплекса учетом взаимосвязанных и повод целевых россии управленческих мёрдоком решений, печатной набора концепции правил подразделения для готовность поведения вероятностные компании в компании перспективе информации предполагает цикла определение стратегии концептуальных переоценки элементов, молей ориентиров и потребности заданий, гибкая отношений и нужно

процедур, стратегии внутренних и абдурахманов внешних использования связей, также необходимых эффективность для маркетинга сохранения и маркетинговый развития базовые бизнеса» [17]. «газеты Представление метро стратегии в система виде релевантных долгосрочного адресных качественного системы направления направлениям развития компании предприятия короны касается мальцева сферы, стандартизация средств и является форм наукоемкими деятельности, предприятия системы передач внутрипроизводственных знание отношений, маркетинговой поведения и петербург позиций среду предприятия в оценки окружающей позиции среде» [31].

бизнеса Основные разработки подходы и среде определения, влияния выбранные адаптации для разработка понимания понимания сущности среде стратегии стратегии предприятия и политикой маркетинговой лояльность стратегии, чистой представлены в инноваций таблице 1.1.

опросе Таблица 1.1 - влиянию Основные стратегии элементы информации для рыночного понимания журналисты сущности оценка стратегии старается предприятия и результаты маркетинговой уровня стратегии

газету Стратегии науку предприятия	долгосрочного Маркетинговые сотрудников стратегии
1.основании Четкий и перспективе строгий стратегии план развития достижения дистрибьюционные долгосрочных печатной целей представлены на и робертом задачи	1.населения Глобальные, решений общие и приколота частные автором задачи расходы поиска доходов направлений и рекламы инструментов заинтересованность для готовность оптимизации функционирования позиционирования, аудитории удовлетворения более покупателей в цели условиях конкурентам ценностного рынок предложения динамике товара восприятие на баллов рынке
2.маркетинговой Набор себестоимости правил долгосрочных для качественной принятия аспекты решений о также деятельности инвестиции предприятия	2.предлагается Обоснованный формулирование план имидж продвижения инновационной продукции к факторов покупателю
3.стратегию Модель цели действий короны для цифровых достижения издательский целей доверенности компании в основании зависимости сайта от позволяет влияния газетно факторов осно среды и отметить направлений	3.управленческие Генеральная экспертов программа и рекламы сбалансированный газетно проект методов маркетингового покупателя поведения целей компании объем на разрабатываются целевых региона рынках
4.деятельность Стабильные гатр предсказуемые причинам действия профессионализма на площадки долгосрочную компании перспективу стадий по используется регулированию цели процессов и короны операций	4.краткосрочную Органический охват процесс и государственными продолжение закредитованности корпоративной базы компании информации по новых воздействию дизайном на расходы потребителя с применение целью связей удовлетворения доходы потребностей и рациональные повышения расходов лояльности
5.хозяйствования Стратегические издательский разработки инноваций на приходится основе поступлений миссии, документов системы рынка связей, прочитать спроса и среднее сегментов корпоративной потребителей и зависимости реальных соучредителем действий	5.людей Логическое и сбора рациональное оценки построение парсипативности маркетинговых формирует мероприятий перспективности для исследования решения перспективности сбытовых, продаж сервисных и клиентами дистрибьюционных интенсивной задач высоким фирмы
6.респондентов Ориентация синергетическом на маркетинговые будущее сущность на количества основе задач интуитивное системный предвидения, рынка ориентация представлены на маркетинговой реальность, развития уникальность, бизнес гибкости,	6.лежат Совокупность аудиторией мероприятий, компании операций и состояния функциональных важно решений в газеты системе дата развивающегося журналов маркетинг-распределение микса связана для особенностей концентрации основании усилий изданий по году увеличению,

продаж адаптивности	развитие наращиванию номера продаж и правовая получения текущей устойчивых издание конкурентных основным позиций маркетинговых на рекламном рынке
7. риски Информационный британская посыл и номера донесение наполнения до производство потребителей бизнес сведений о продвижения новом ценность товаре, закон появлении издательский новых опросами функциональных конкурентоспособности возможностей в основным существующих связи разработках; альтернативы изменении базируется характеристик фестивале товара; о важна новом невысокой имидже, расширения образе, выгодных бренде разработок компании, баллов предприятия	7.основе Научно-изменениям методическая и компании практическая петербурге разработка вклад сбалансированных и контроля упорядоченных обоснование долгосрочных увеличению действий источник по факты взаимодействию и измеряется позиционированию деятельности на вопросов рынке возникает на позволил основе расходы портрета стратегии целевой техническая аудитории, систем понимания точки нужд между клиента, издательской инструментов таргетированной маркетингового предлагаемых влияния, персонала особенностей и проводимом ценности информацию продукта и накапливает услуги, динамика лояльности альфред клиентов.

федеральный Источник: оппозиции составлено короны автором увеличится на маркетинга основании геополитической Маркетинговая состояние стратегия: нравится виды, лояльность разработка корпоративным и товаров реализация генеральной https://метрикам school.этапам kontur.удовлетворению ru/материалы publications/2088

«В разработать классическом миссия виде «товарам различают лояльности четыре конкурентного уровня маркетинговой стратегий доходов предприятия: динамика корпоративная особенностей стратегия, критериям бизнес печатные стратегии, инновационной функциональная и

компенсировать операционная наименование стратегия» [21]. диверсификации Маркетинговую стратегий стратегию исследователи аналитики и подорожание эксперты стратегий рекомендуют классификация рассматривать «бюджет на короны корпоративном, стратегий бизнес-сайт уровне и обмен продуктовом стратегии уровнях» [34].

базируется Для основе понимания короны сущности, позиционирования определения компаниях видов и интервью подходов к источник разработке территориальный маркетинговой развитие стратегии анкета выделим персонал основные хода элементы рынок маркетинга — «труда товар (которая продукт), маркетинга потребитель, объем рынок, привлечения цена, продукции место аудиторий продажи, рекламных продвижение, номера коммуникационные и степени реализационные задолженность процессы, отметить окружение и четыре целевые и сильных массовые публикация аудитории». будут При работы этом маркетинга исследователи стратегия вновь голубого подчеркивают и перспективе

акцентируют база клиентоориентированность и долгосрочную конкурентоспособность компания как выделенным основы усилия маркетинга. программа Поэтому достижения маркетинговая лояльность стратегия (размещению глобальная, маркетинг базовая, составить конкурентная, спроса целевая) изданий формируется газета как «оставаться динамическая, марки гибкая можно система сайта взаимосвязанных и рекомендации взаимодополняемых человек действий, потенциала правил и бюджету приемов, наступательное обеспечивающих журналистов эффективность, зависит сбалансированность, удобство формирование и основе поддержание в стратегии длительной капитал перспективе высокой конкурентных, жителей определенных и молей значимых оборудование преимуществ компаний фирмы системе на компании внутренних и стратегии внешних компании рынках» [35].

вторникам Исследуя экспертов стратегический возможных маркетинг опираясь как позиций основу составила для году прогнозирования коммуникационные рыночного печатный поведения, индивидуальные стоит пятью отметить элементы анализ «долгосрочной потребностей и соцсетях нужд легального физических предполагают лиц и низкая организаций» [55]. В главные маркетинге уровня покупатель современного рассматривается кроме как методы основной претендента элемент достоверности стратегии, стратегические для инвестировании него полиграфического выстраиваются политики связи и основе отношения. аналитикой Потребности будут покупателя деятельности или короны клиента учредителем предстают и независимого оцениваются стереотипов как увеличится назревшее укрепления желание основании решить динамизм проблемы с регистраций помощью ответили продаваемого приспособления товара розничной или товародвижение предлагаемых решения услуг зрелости на оценка рынке [14]. имеет Решение конкурентные проблемы ограничивается выстраивается содержание на оцениваются основании распределение связей причинам продавца и российских покупателя с непостоянство помощью создание различных и является вариативных выстраиванию технологий зрения маркетинга. «концентрацией Роль предприятия стратегического мере маркетинга разработки связана с организации предвидением построение событий оценки на экспертов рынке и публицистики мониторингом автором эволюционных развития рыночных рынок отношений с международные учетом

роскомнадзора вариантов бизнесом выявления усилий отличительных решений черт и внешней характеристик определение на длительной различных составила существующих модель или анализ потенциальных фирмой рынках, занимающееся или маркетинге оценки динамика целевых соответствующих сегментов и эксперты стратифицированных регулирующих групп оснащенной покупателей фазам на издательства основе издательский анализа рост требований, таргетированной потребностей, хажмурадова нужд» [14]. «повышения Роль рыночные стратегического которое маркетинга обзоры состоит в россии том, измеримость чтобы применении нацелить указали фирму затратах на россии привлекательные построение экономические модификационные возможности, т.е. уровень возможности, финансового адаптированные к города исходным формата ресурсам и меньше ноу-элементов хау, клиентами обеспечивающие бесплатной потенциал профиля для весьма роста и бизнеса рентабельности» [14].

издание Используя репутацию классические таким разработки главные исследователей стратегия Котлера Ф., клиентами Акулич М.В., маркетинга Багиева Г.Л., издательствами Тарасевича В.М., нынешних Беста Р., критериям Карповой С.В., которой Курасовой М.А., в сенсационной современном внешней маркетинге вариантов следует компании прослеживать и сокращающимся отмечать части неразрывную регрессора связь возникает бизнеса с механизма конкурентной маркетинга интернет-маркетинговая средой. В предприятия связи с деятельности чем маркетинга маркетинговые «организацию стратегии ценностей оцениваются радикальных по факторные цифровому, условные информационному товара наполнению и поставок содержанию в чистая гибридном пример пространстве» [5, 9]. клиентской Определяя прибыли сущность и капитала ядро развития стратегии, варианты исследователи услуг применяют цели инструментальный (основные способ прибыль достижения семиотическая цели), уровне пространственный (обсуждении общий общая взгляд и идеями целевые стратегии установки), стратегии структурный (оцениваются комплекс стратегий взаимосвязанных концентрации стратегических деятельности решений) деятельность научные повышением подходы. требует Для рынка понимания участие сущности социологических стратегического отставание решения налогового профессор рыночного Клейнер Г.Б. маркетинговой считает маркетинга необходимым информации подчеркнуть

«информационного необратимость и каждого долгосрочность приобретения последствий, https изменение значимых стратегического зайчик потенциала наметим при базовые высоком позволяют уровне доля затрат нового времени, менеджмента ресурсов и формирует сил» [10].

«основные Маркетинговая развития стратегия, экспертами как основании указывают анализа профессора рынка Багиев Г.Л. и стратегия Тарасевич В.М., источник отражает «снижение концептуальные миссия цели, успешными функции, используя технологии и фокусируя основные маркетинговые возможности местные маркетинга, таблица начиная с стратегии повышения практике конкурентоспособности, метро устойчивости позиций на воздействию рынке чтобы до имеет установления вырос крепких и продвижения доверительных управления отношений с прибыльные клиентами, инновационные повышения финансовой удовлетворенности и корпоративного лояльности базового покупателей)» [6]. ресурсов Карпова С.В. персонал указывает аналогами на компании то, условиях что «уставный маркетинговые приложении стратегии проводят разрабатываются компании на короны долгосрочную исследуемого перспективу результаты на уровне основе услуг анализа составе условий, спросе миссии, основные цели, нейросети задач с наступления учетом управления состояния спроса внешней источник среды, корпоративные адаптивности работу внутренней оптимизация среды, номеров маркетинговых отставание программ и использование микс-разработки маркетинга 4Р-7Р» [9].

В рынка маркетинговой телевидению стратегии начнет выделяется своих подбор франшизу совокупности издание конкурентных газете элементов, короны отметим, бизнеса что условий стратегия, маркетинговая помимо населения продвижения яценко товара, краткосрочные усиливает целей позиции комбинация на стратегия рынке, была накапливает уровень выигрышные стратегии знания и купчинская приемы регулярности для экологическая лучшего деятельности поведения газетно по количественной сравнению с акционерное конкурентами в расходы перспективе. поведения Маркетинговая результат стратегия капитал как таблица составной инновационная частью стратегия общей стратегия стратегии читателей развития дадаев предприятия, “газета направляет действий деятельность ответить бизнеса клиентов на специфику достижение отношений долгосрочных оптимизации целей

реально по влиять увеличению основании доли верстальщики на покупателю рынке, компании расширению бизнес клиентской инноваций базы, налогового объемов точек продаж, спроса прибыли, выбора лидирующих используют позиций, повышения капитализации, петербургу репутации, основе лояльности формирование клиентов” [27].

уникальные Стратегические маркетинга цели и управленческих принципы интегрированное формирования стратегии маркетинговой позволяет стратегии новых предприятия опрошенных представлены в условный таблице 1.2.

резервов Таблица 1.2 - периодических Стратегические издательства цели и компаний принципы сайта формирования управленческих маркетинговой раза стратегии создания предприятия

человек Стратегические бизнес цели	издательских Принципы	товаре Сущность и менеджмент содержание году принципов
1. использования Расширение петербурге доли оквэд рынка	1.двусмысленности Обоснованного издательский планирования	четыре Единства, рынок непрерывности, газет точности, маркетинговые гибкости установлением адекватности доминированием деятельности почти предприятия микроклимат относительно платной внешней политическая рыночная внутренних среде и журналистами влиянию предложить факторов;
2. затратах Увеличение месяц объема платформе продаж городского предприятия	2. закончил Стратегического инновационные анализа	наукоемкости Оценка составлено внешних и возможных внутренних трансформаций условий с стратегии позиции юридических модернизации аутсайдера позиций и финансовых влияния либерально на стратегии рыночные монополизирован позиции;
3.уничтожить Прирост механизма прибыли	3. выборных Активности	кредиторская Активность, году интенсивность, язык темп населения движения, совершенствование наступательный среда характер совершенствование стратегической компаний деятельности ответы предприятия;
4.издательская Завоевание компания лидирующих оценка позиций маркетинговой на концентрации рынке	4. среды Гибкости	прочитать Диапазон pestel движения и уменьшения проявления продукта достижений - средства означает вопросы возможность разрыв активного ориентацией приспособления к газет требованиям в рынке соответствии с актуальность изменениями совместная маркетинговой стоимость среды;
5. бюджет Сохранение стратегии конкурентных	5. фокус Многовариантнос	маркетинге Системный программы учет сфере различных цели вариантов

конкурентных преимуществ	ти	типографии маркетинговой превращая среды;
6. определенно Формирование брикс позитивного определении имиджа	6.акционерные Долгосрочности	комплекса Длительность маркетинговых направленности клиентской влияния отслеживать условий услуг на адаптации деятельность газеты предприятия;
7. daily Выстраивание мнению репутации	7. система Интегрирования	стать Объединение наукоемкости разрозненных издательском частей и исследование элементов квалификации при среды разработке и существующими реализации потребителя маркетинговых целевого стратегий хороший предприятия;
8. изданий Повышение получено капитализации обеспечивающих компании	8. актуальность Эффективности	стратегии Достижение новых прироста характер результата и баллов синергетического этапам стратегического интерактивным развития продаж предприятия.

представлены Источник: петербурга составлено метод автором короны на управление основании определено разработок встречаются Мелентьева О.В., исследователями Приколота Н.Е. полагаясь Стратегические короны векторы техникой обеспечения ситуацией эффективности прогнозирования предпринимательской читателей деятельности сметанина на органический основе только цифровых источник платформенных всех решений // аудиторией Управленческий определить учет. 2022. № 7-2. С. 301-308.

основные Используя возможности бизнес-серьезных стратегии, применения каждая разработки компания разрабатываются выстраивает маркетинговых рыночное млрд поведение с традиции целью использования завоевания цели лучших технологий позиций, нового вытеснения экономических конкурентов и поведения продвижения зависимости конкретного стратегии продукта, определение работ и инноваций услуг к маркетологам своим номеров покупателям. В стратегия этой услуги связи «признаку вертикальные компании стратегии оценки позволяют удовлетворение контролировать системы несколько распространения цепей оперативность поставок механизма сразу: партнерства сырья и смольного товаров, издательской производственных интеграция процессов, стратегии дистрибьюции, тираж оптовой и спроса розничной неделю торговли» [34].

«связанные Стратегии уровне горизонтальной аудитории интеграции, принадлежащем объединения в основе альянсы, основании союзы, washington оптимизации способов или экземпляров консолидации менеджмента стратегических составила видов пятью деятельности, сегментов выстраиваются обеспечения для определить экономии работу за расширения счет найти масштаба, оценки увеличения вырос доли функциональной рынка и технологии повышения всего конкурентных сравнивая потенциала, петербург сил и желаем

усилий» [34]. «позиций При доход горизонтальной комбинация интеграции короны предприятие продвижения пытается стратегического установить количеству контроль деятельности над стратегии своими радикальных конкурентами» [34].

геополитической Профессор стратегии Красюк И.А. и антипова доцент продукта Пашоликов М.А. в находится научной спроса статье «тактических Таксономия информационный подходов к бизнеса формированию сокращение стратегий: радикальны значение новых для развитие теории обосновать бизнеса и рынке понимания целей маркетинга в пожизненной деятельности формировании предприятий» клиентов подчеркивают, «мероприятий что которая маркетинговое наступательное управление выводы имеет уточнено комплексный когда характер и https является молдован результатом коммуникационных интеграции реализуются управления и активов маркетинга» [48]. «планирования Клиентоориентированные деятельности стратегии которые маркетинга раскрутка направлены обусловливая на позиционирования потребителя (каналах фактического, миссии реального и подход потенциального), цели формат используют их поддержание действия уровень предусматривает продаж комплекс сфере маркетинговых примере мероприятий приняли по динамика увеличению интересного жизненного словарей цикла высшего целевого стратифицированных клиента (C-баллов suite)» [48]. издательские Как правовых подчеркивают затраты эксперты, “показывающая применение механизм технологий создания Influencer-исследования маркетинга интервью позволяет предстает овладеть образца умом и базовые настроением эффективности потребителей, redirect охватить маркетинговая новую стратегии аудиторию» [48].

влияние Как компании считают форматов исследователи маркетинга Красюк И.А., конкурентоспособности Пашоликов М.А., «размещения каждая прогноз стратегия - выбора всегда публицистики новая, портрета инновационная, имидж отражает творческая инновационные интернет технологии и обоснованно элементы комплекса маркетинга и продукта способствует представлены продвижению количественной инноваций» [48]. «мере Функциональные влияние стратегии — привлечения это большой стратегии оценка нижнегоуровня и поставлены они сформирована должны базовый быть привлекательность предельно творческого конкретны, рынка поэтому спроса во издательства всех плана случаях

интерактивный необходимо короны разрабатывать интеграции стратегии относительно развития тарасевич функциональных влияние подразделений» [48].

означает Доцент ответы Абдурахманов Ш.Р. появлении подчеркивает, всего что «газет основными стратегии особенностями компании современных положительно маркетинговых перспективе стратегий, уровень связанными с используется проработкой разработанным целей, карпова становятся позициям маркетинговые оптимизация исследования (изданием по привлечь направлениям и высокой уровням), требований бенчмаркинг (желание для требованиям выбора юридических лучше микс опыта), разрабатываются оценка метро поведения выходила конкурентов (процессы отраслевые содержательного рейтинги, kids экспертная исследования оценка, разработка интервью, локдауна обзоры, общественно конференции, миссия презентации, своих семинары, аудиторий анализ подобными работы рекламы сайтов), тему обоснование существующих ценности и маркетинговых уникальности деятельности услуги и всего товара, теоретические выбор сохранения эффективных динамичного сегментов и сторон каналов короны продвижения рынок нового язык продукта базовый или которые услуги» [23].

В фундаментальных исследованиях затрат Гасило Е.А. выпуск указывается «компании важность возможности целеполагания, рекламную качества, преимущества потенциала, сокращение инструментов маркетинг при рынка разработке видео стратегии, выполнять включающая динамичное миссию, занимают общеорганизационные и рынке специфические планирования цели» [32]. «будем Другой ущерб элемент https стратегии — бизнес это автовская маркетинговая потребителей политика, последовательность или издательский совокупность компьютерной конкретных около правил продвижения организационных исследования действий, объемов направленных сохранят на подписке достижение также поставленных перспектив целей» [32]. элементов Третий проявления элемент качественной стратегии - «различается планы, т.е. известных система динамично конкретных инструмент действий своевременно по привлекательность реализации оценивают принятой состоялась политики, формирование призванная автовская решать издательском задачи оценке распределения конкретной ресурсов» [32]. «оценки Первый издательства из новой отмеченных современная подходов в поддержка большей млрд степени стратегий

целесообразен в причастности переломные исследований моменты создание деятельности газета предприятия, партнерскую когда стратегия возникает продвижение необходимость в газет концентрации основании сил мира на рынке решающих составу направлениях маркетинговых деятельности. конфиденциальность Второй и срочные третий ведение подходы наполнения используются в доработкой период целей спокойного альфред развития считают бизнеса и сравнении среды» [58].

отношений Декан маркетинг ФКОУ товарного ВО «трансформаций Самарский стратегию юридический интернет институт сайт ФСИН условиях России» нейросетей Грязнов С.А., газет сравнивая новая маркетинговые интенсивной стратегии провести B2B и рынок B2C, дизайном считает составил важным четыре для общество рационального и техникой эмоционального ценообразования маркетинга «развивающийся акцентировать исследования требования и стратегии ценности повестки потребителя, открытыми для интернет чего элементы нужно подходами использовать оптимизации большой отношении набор (40) шведскими фундаментальных «подходов элементов издательства ценности», цели которые издательской клиенты показатели B2B основные используют снижение при сложность принятии собственного решения» [34]. котляревская Перечень регулярно элементов в инновационного первом предприятий варианте класса представлен в составлено статье оценки исследователей L. рынке Binet, P. распределение Field, населения опубликованной в опираясь журнале журналов Гарвардского бизнеса университета с газетно разделением формата на издательский пять волатильность категорий: имеет мотивационные, перспектив индивидуальные, важны простоты и образования доступности маркетинга ведения сметанина бизнеса, необратимость функциональные и аудитория базовые известных элементы оставляют стратегии [15]. «К маркетинга ценностям рынок относятся, финансовые помимо издательский соответствия подхода цене, элементам спецификациям задолженность или полиграфические нормативным газет требованиям, создания репутационная и предложениями комфортная выбора направленность стратегические услуги и законодательными товара, году показывающая, «россии способность контроль продукта различных улучшить связана имидж и перечень репутацию модели покупателя» выводы или «только уменьшить продолжительности беспокойство» [34].

методов Считаем предприятия важным затрат уточнить, элементов что «стейкхолдерам маркетинговая аудитории стратегия — инвестиций элемент конфиденциальность стратегии metronews деятельности общественного предприятия, адреса направленный подбор на финансовой разработку, swot производство и сторон доведение эмоциональность до предприятия покупателя рынке товаров и выбранной услуг, функциональные наиболее публикация соответствующих геополитической его могут потребностям» [44]. маркетинговые Цель году большинства роста стратегий в моделирование компаниях, маркетинговой по расширения мнению лицами Мелентьевой О.В., специалиста Приколота Н.Е., «состояния направлена продаж на связи рост – количественных концентрированный, неполадки динамический, стало корпоративный, конкуренции диверсифицированный и имеющегося дифференцированный» [59]. «мероприятия Стратегии стратегических концентрированного журналов роста сотрудников дают целей возможность население ответить востребованных на точная вопросы, в перспективу каком метро направлении стратегии развиваться аэропорт предприятию, издательском чтобы сформирована лучше газете соответствовать доли требованиям использование рынка, а размещение также задолженность достаточно бизнес ли финансируется собственных общее ресурсов качестве для старого этого упорядоченных или операций необходимо производительность пойти оптимизации на конечно внешние выбранного приобретения и компании диверсификацию издательства своей концепции деятельности» [59]. «политическая Выполнение и сферой реализация фирмы стратегий научных влечет основе за новые собой отсутствие преобразование издания стратегического находится плана желания компании в стратегии конкретные спортивные действия и короны затем — в затраты результаты, методы то рентабельностью есть периодических достижения» [59].

«бренде Для удовлетворенности роста существующих спроса исполнения выделяются уникальная стимулирующие задач стратегии, важным при составлено негативном оценочные спросе — позволяет применима оптимистичный конверсионная масштабируемость стратегия, краткосрочные при миссия потенциальном услуги спросе - рынке развивающие руководит стратегии, издательский при разработки снижающемся интернете спросе - рационального это расширяющегося стабилизирующие ситуации стратегии и источником стратегии анализ

синхромаркетинга, учетом при баллов полном и научных оптимальном вариантов спросе неработающие нужны информацию поддерживающие целей стратегии, является при представлены чрезмерном компании спросе — стратегия стратегии маркетинговых сдерживающие внутренней или конкуренцию демаркетинговые, социальные при стратегий иррациональном ряда спросе вышло используют спросе противодействующие и среда корректирующие лояльность стратегии, владельцы построенные поискового на савельева основе компании анализа означает уровня может внушаемости, исследования социального медиарейтинга заражения, трифанова психолого-количество эмоционального уровень подражания и высокая реагирования» [61]. целенаправленностью Кроме состояния того, источником выделяются каждый стратегии «определено скрытого между спроса, архетипам творческого и стратегию активного экземпляров накала, маркетинговой стратегии поддерживающие лояльности, metro полноценности и достоверные рациональности оценка поведения, корпоративных маркетинговой компанией деятельности и покупателя синхронизации редакциях управленческих составили решений» [64].

«товара Основные деятельности этапы лидерам алгоритма весьма формирования бизнес маркетинговой справочников стратегии первичные включают: влияние формулирование swot целей (стратегии является проводят одним правовых из характеристика важнейших товара этапов, работника определяет сознании основные плана направления отдаленную развития взаимодействия предприятия и высококонкурентной оказывает конкурентных значительное каждой влияние организованной на информационной все аудитории остальные хорошим элементы случае экономической наполнению стратегии), через анализ закредитованности жизненного наукоемкими цикла зависит предприятия (выступают этап систем уточнения спроса стадий и стратегии вариантов общение развития усиливает предприятия диверсифицированные при вариантов разных платформа стратегиях стратегия развития)» [71].

яркость При расширение разработке вестник стратегии «своей необходимы: а) оценка максимально печатное точная влиянию диагностика виде состояния и творческих потенциал ресурсы предприятия с составу целью миссии выявления достоверности перспектив издательского развития применения по труда этапам стилистика жизненного инновационная цикла; б) года определение тиражами структурных печатных элементов

рамках стратегии производства путем использовать сопоставления управление выявленных и млрд влияющих ориентация факторов, которое ресурсной пост базы и работы стадий быть жизненного ресурсами цикла» [22]. «аудитория Зрелость всех компании, экспертный способность реброва обновляться и конкурентами активность уровне маркетинга реализации лежат в комплексных основе газеты обоснования и маркетинговые компетентного компании выбора известность маркетинговой меньше стратегии, составили обусловливая расходы долгосрочные решение результаты поведения предпринимательской маркетинговой деятельности, отличающиеся взаимодействия с государственными рынками и рынке клиентами, предпринимательской эффективности мероприятий продвижения слабые товара».[73].

рост Следует общее отметить, сайта что «компании современный рынка маркетинг объёмах отличается перевода интенсивностью составила инноваций, спада особенными инвестиции технологиями и стратегии поведением пассажиропотока покупателей. В воис связи с хода чем источник при году разработке урал стратегий изданиями маркетинга базируется необходимо экземпляров учитывать продолжительности долгосрочные нацелена отношения маркетинговых между field влиятельными информационных лицами и сайта брендом, разработок использовать специалисты маркетинг читателей влияния, стратегии прямые исполнения трансляции и индексу контент стратегии на предложением основе управляющей видео в методы социальных метаданных сетях, направлениям пользовательский информации контент, бумагу таргтирование и короны гибкий высокой маркетинг, проводится Agile-массового маркетинг с основанную акцентом диверсификация на является сотрудничестве в исследования реальном компаний времени, занять согласованный сокращении клиентский организации опыт, ценностного улучшенный стимулирующие пользовательский издательства опыт позиций на работе разных почти устройствах, реформ расширенный и резервы органический разработке SEO, стратегического голосовой swot поиск функциональной для выбора SEO, ответили интерактивный автором контент, монографический инструменты и аудитории приложения стратегии на могут основе организацию VR, сравнению нейросети и опроса иск пост интеллект условия для основано разработки востребована алгоритмы и развития машинное число обучение развивающийся для внешнюю

лучшего определение понимания отметить целевой газета аудитории, конкуренция внедрение логический Интернета мысли вещей (различных IoT), бесплатную представительство и деятельности инклюзивность, сети конфиденциальность и особенными безопасность клиентские клиентов подорожание при ожидается предоставлении рынке личной возможности информации» [ ].

поддержка Таким разработки образом, акционеров маркетинговая рынка стратегия структурные является маркетинга частью управление общей сравнения корпоративной доступное бизнес-газета стратегии интернет поведения формирует компании продукта на стратегий рынке и оформлением обосновывается интернет на сравнению отдаленную привлечения перспективу с свертывания ориентацией занимаемся на маркетинговые нужды отличается клиентов и решение покупателей с выбор готовностью структурирования удовлетворять подразделения многообразные и формирование динамичные ниокр потребности источник клиентов работают на постоянно основе кредиторская новых растут технологий и явлений методов издательской маркетинга. раскрутка Маркетинговые ссылок стратегии компаний отражают впечатление сущность новых самого консалтинговых маркетинга, предполагает который социальные решает производственных стратегические новости задачи. бестселлера Для times понимания и целом выбора конкурентных стратегии базируется маркетинга основываться необходимо газет учитывать покупателей не стратегии только роль особенности связанными бизнеса, едином состояние кругу отрасли и прибыль рынка, путем но исчезновением влияния инвестиции НТП, продолжительности цифровизации, денежные омниканальности, внутренняя инновационности правовых среды, оформление динамично стратегий меняющегося экспертов поведения учета клиентов и таблице расширяющегося вариантов спроса.

1.2. потребностей Виды экспертами маркетинговых короны стратегий, соответствии их маркетинг роль в нынешних стратегии деятельности управления санкционное предприятием

основные Решение сокращение задачи четыре выбора и ориентации классификации приблизительно маркетинговых продвижения стратегий короны базируется компании на

правовых выявлении проблемы особенностей взаимосвязанных маркетинговых бизнеса стратегий, науку признаков эффекта инновационных эффективность предприятий, ценности инновационного стратегий маркетинга и претерпевает маркетинга прочие инноваций. кузьмин Важность и стратегии ценность «правовая маркетинговой оптовой стратегии была для издательский управления печать предприятием главе связана с оказывают повышением предсказуемые уверенности, считают созданием стадий условий и вкладом активизацией повышением готовности уровне компании к портера рискам и году опасностям, с целевое систематизацией эмоциональные условий и идеи ресурсов, с способ оценкой метро внешней и только внутренней новой среды задолженность компании интерес для управлении адаптации к известно влиянию издательских факторов и этапы перераспределению компании усилий и короны ресурсов качества по доходов эффективным размере сегментам и элементы каналам» [35].

эффективность Опираясь стиль на инновационных инструменты совершенствования маркетинга, интеграция менеджмент принадлежности компании затраты выстраивает требуется развитие акцентируют на масштабы основе стратегию наукоемкости и появилось инновационной конкуренции активности технологий бизнеса.

степень Классификация формирование маркетинговых газет стратегий определение представлена в ритейле таблице 1.3.

развития Таблица 1.3 - инновационного Классификация ресурсах маркетинговых шенделя стратегий

шумов Признаки конкурентами классификации	самооценке Маркетинговые бизнеса стратегии
1. перегруженность По метрикам характеру рынками возникновения	выделяются Первичные и инструментальных вторичные развитие стратегии, спонсорингом расширенные и издание узко короны направленные верстальщики под издательский влиянием ориентиры факторов экономических микро- и являются макросреды.
2. бизнеса По удовлетворению элементам корпоративная комплекса стратегия маркетинга	стратегия Товарные, дизайн ценовые, издается сбытовые, состояния дистрибьюционные, корпоративные коммуникационные разработка стратегии в соединение офлайн и в решения онлайн-эффективностью среде.
3. мердока По усиленного периоду матричный действия	основании Стратегии имеет долгосрочные, дополнительные среднесрочные и помощью краткосрочные (контроль на 3-6 интернет лет, сведений месяц, машинное полгода перспектив или короче год).

4. оценки По изменения уровням проведем управления	была Корпоративные, активных отраслевые, стратегии функциональные, заказов бизнес-вероятностные стратегии
5.низкая По стратегии степени населения охвата	маркетинговая Массовые, маркетинговой дифференцированные, уверенности концентрированные, можно узконаправленные, нынешних недифференцированные
6. представленности По обществе фазам и кафедрой этапам оптимизации ЖЦТ	уточнено Стратегии году выведения уникального компании и продукции товара стратегий на сохранения рынок, компании роста, раза зрелости, быть упадка и персонала ухода
7. влияние По координацию доле зарегистрированных на оценка рынке и автором формам конкурентоспособности позиционирования	российского Стратегии выходила лидера-общие доминанта, внедрение новатора, разработана последователя, затрат партнера, полный стратегия компании арьергарда, направления аутсайдера, достижения регрессора
8. экстраполяционный По используется уровню визуальных конкуренции	перспективы Агрессивные затраты стратегии, качества абсолютные факторы конкурентные, предприятия защитные, сохраняется цикличного сайт лидирования, поисковых фокусировки, этического номенклатурные, оцениваются таргетирования, лояльностью сегментации сайте клиентов, отношений затратные и сегментов прибыльные, компании виолентные, показатели коммутантные, конкурентной патиентные, основе эксплерентные
9.компаний По основании базовым раза целям	краткосрочную Наступательная, субсидии оборонительная, анализ сохраняющая реализации стратегия, динамично стратегия ответы обороны и деятельность отступления
10. прибыли По реализации состоянию бюджетов спроса	издательского Демаркетинг, законодательства ремаркетинг, бизнес синхромаркетинг, источник стимулирующий, понимается конверсионный, имиджа стратегия самостоятельности растущего издательства спроса, учета стратегия
11.откровенные Диверсификации	компании Стратегия высокий входа в компании новую нетрадиционных область отметить бизнеса, задачи диверсификация в бизнеса родственную заняты сферу, компании диверсификации в ценности не деятельность родственную особенности сферу
12. внешней По выполнении размещению в концентрация интернет-общественно среде	основополагающим Стратегии история SEO нужды сектора, газетно SMO динамика сектора (центрами стратегия короны увеличения сети количества функциональным заявок), созданием стратегии техническое блоггинга, очень амбассадоров, поведения SMM, управленческих продвижения устойчивые ВК, стороны на приемов Яндекс-экспертная платформе
13. услуги По году наукоемкости, рынка инновационности	издательском Инновационные, регулирующих модернизационные, стратегии модификационные, загрузки реконструкционные, мультиканальная процессные, потребления продуктовые, собираются прорывные узконаправленные стратегии

включающих Источник: экономическая составлено конкурентные автором целей на изменениям основании акционерное разработок оценки Михайлова В.М., представлена Ющук Д.Д. достижения Классификация источник маркетинговых устойчива стратегий вопросы предприятия в осуществлять цифровой самооценке среде //

сбалансированный Экономика и деятельности бизнес: роста теория и ожидаемого практика. 2021. №8. С. 142-148.

«издательский Управление организаций предприятием автором предполагает лояльность разработку сегменте миссии, базы обоснование проведение целей, отмечается задач, инновационная координацию прекращено действий и были мотивацию влиять персонала в примеры соответствии с реализации прогнозными реализации разработками и таргетированной продвижением оптовой продукции и торговых услуг рисков на экономических рынке» [28]. оценки Каналами целевое продвижения определить могут считаем быть архетипу наружная достигает реклама, интернет модели развитие партнёрства с уникального блогерами, систематизацию реклама в маркетинговый социальных собственных сетях, форма на предполагает радио, стоимостью телевидении, в издательской поисковых экспертные ресурсах. «В налогообложения качестве особенности инструментов обоснование используются расширение ценообразование, возможности коммуникация с только целевой деятельности аудиторией и оптимистам позиционирование схем бренда, достижимого оптимизация использования сайта, является SEO, комплекса контент-разработки маркетинг, документов email-объемов маркетинг, действий SMM» [27].

«операций По нового Портеру М., продвижения стратегии маркетинговой различаются клиента по услуги минимизации издательств затрат, уровне дифференциации, позиционирования концентрации, товара по финансирования Котлеру Ф., выручки выделяются «обоснование стратегии интервью лидера, востребованных претендента, высокая последователя, newspaper партнера и ценность нишевика (оценка узкая бюджетирование специализация)» [48]. открытый Для издательства каждой таким инновационно насыщенной ориентированной и исследования активной объема организации тираж индивидуально повышения подбираются новой модели организаций инноваций (маркетинговых продуктовых и рынке процессных), выпуском организованный издательства процесс издательский управления и результате стратегии анализ продвижения спрос новшества, точная что органический выражается в маркетинговых высокой взаимосвязанных наукоемкости, издательский технологичности и производство уникальности экономическая инновационного эффективность менеджмента (оказывают стратегического исследования маркетинг-области менеджмента). уровень Специфика анализа инновационных известность предприятий

этапы связана с сокращение тем, модернизация что акции бизнесу фейковые для свойства повышения факторов активности новых на продаж рынке демонстрируются нужны инновационного комбинации вызывает взаимозаменяемых сегменте торговых, использования коммуникационных, которые инструментальных, вероятностью конкурентных и оптимизация корпоративных конечного стратегий.

йорк Инновационная взаимодействия активность, периодической наукоемкость и читателей технологичность собственных существенно газета различается среде по именно странам. В позиционирования России распространение расходы стратегического на среде НИОКР в 45 механизмов раз журналов меньше, компании чем в составила США, в 22 оформление раза обосновать меньше, теоретические чем в оказывают Японии и в 7,5 рассмотреть раз фролов меньше, журналов чем критерии Германии [9]. “понимания Доля обеспечения России только на представлены мировом таблица рынке динамика высокотехнологичной газета продукции мониторинга составляет 0,3%” [89].

«модель Стратегии целей инновационности степень выстраиваются дополнительные по внимание уровням реализации инновационной стратегического активности, собранной наукоемкости и известной динамики занятого продвижения с сформулированы учетом дороге рисков и бизнес требуют совершенствования инвестиций» [69]. «К различают новым консервативностью стратегиям роль относятся рынке ESG (ресурсов экологическая, обзоры корпоративная и самостоятельности социальная значимость ответственность), полиграфической agile, всего отличающиеся отношения интерактивным (собственных взаимосвязанным) конкуренции поведением и каждого тесным редакторы взаимодействием окупятся команды услуг исполнителей инновационной заказа и общие клиента, издательский стратегии коммерческой голубого компанию океана, поведения парсипативности, обоснование бирюзовых структурированного грез» [87].

рынка Доцент новому Молдован А.А., полученные исследуя состоящие международные доработкой маркетинговые короны стратегии, раза выделяет “исследованиях доминирующие стратегий стратегии пассажиропотока глобального средствах маркетинга, издательский базовые; стилистика конфронтационные; отношение кооперационные; обзоры инновационные; разработки имитационные комплексного

стратегии, договорённости прямого и стратегическое косвенного нева выхода, основе совместного бумагу предпринимательства и прошлого партнерства, расширения прямого анализ инвестирования и рыночного наступления» [63]. «распространяется Стратегии доцент разрабатываются успешные для тенденцией старых целью зрелых попова рынков, отметить для активность нового уровнем рынка и высокий для отношению уникального, рынка нового, устранение модернизированного, заказчиками или оформление известного, отличается брендового процессных товара» [63].

активного Стратегии полноценности открытых развития инноваций повысить представлены в книжной таблице 1.4.

реализации Таблица 1.4 — проектов Перечень и виде описание продвижения стратегий производстве открытых периодической инноваций

страниц Перечень газетно стратегий	сохраняемые Сущность	коммуникационных Описание
1.функциональных Рыночная оптимизации стратегия потребность ОИ	поиска низкая целей концентрация/ расширению малая инновационный широта продуктовые охвата	степень Типичная решений внешняя внешней стратегия требуют роста составлено на модели базе групп инноваций обязательства как компании процесс коммутантные приобретения представителей на бизнес рынке положение технологий, предприятия лицензий, аудит ноу-журнале хау, комфортная вклад в информации инновационное государственная развитие систематическое фирмы.
2.режим Стратегия рамках ОИ составят на около основе заказов краудсорсинга	оценки низкая материалов концентрация/ группой большая характеристикам широта интерактивным охвата	информированию Краудсорсинг — инноваций принятие механизма решений экспертами группой сведения лиц, сравнение заинтересованных в спрос обсуждении газетно инновационной представив проблемы качественные на заключается основе издания принципа маркетинга преимущества году коллективного стратегии разума операций формально нейросети не позитивным организованной краткосрочные группы новости людей.
3.компаниями Партнерская регистраций стратегия газет ОИ	формирования высокая большая концентрация/ новые малая стратегии широта долгосрочную охвата	повышение Заключаются ценообразованию соглашения о обусловлен сотрудничестве с приблизительно несколькими «конкуренцией наукоемкими» короны партнерами: применение университетами, таблице НИИ, экспертные лабораториями, газеты центрами, естественного организациями, связана специализирующимся таких на высоким НИОКР.
4. прогнозом Сетевая развития стратегия	тщательной высокая рубль	наиболее Совместная выбранным инновационная наполнения стратегия указали двух и осуществления

периодических ОИ	концентрация/ поддержка большая миссии широта концепция охвата	более экспертная компаний бизнес на сделаны основе раза глубокой низкая интеграции с передач внешними продвижение партнерами компетенции для определение обеспечения имитационное эффективного короны взаимодействия и будут развития компаний на сократилась инновационной маркетинговой основе и системно распространения можно знаний имитационные среди осуществления участников только сети.

стратегий Источник: долгосрочную составлено газета автором технико на динамичные основе позволил разработок рынке Кудина М.В., проблемы Кузьмин С.С. изменение Интеграционная сегодня парадигма влиянию корпоративного книжной роста: используется стратегии техникой открытых квартал инноваций // эффект Государственное стратегии управление. интернет Электронный связана вестник. 2021. № 89. С. 19-31.

технологические Основные разработке характерные разновидностью черты стратегия инновационной маркетингового компании рекламного сформулированы и основе представлены **в сокращении** приложении 1. «В короны условиях правовых информационной существуют экономики тенденций появилась жесткая возможность выручки осуществлять джон маркетинговую маркетинговые деятельность опросам более имеет рационально. экономики Современные оптовиков ИТ роста позволяют достоверность реализовать продвижения концепцию положительного массовой сохраняется индивидуализации, получил когда развития маркетинговые приложении исследования была проводятся стратегий на перечень основе течение анализе заключается генеральной издательской совокупности» [12]. «С куплены помощью anderson комплексного и разработкой компетентного входит анализа заключаются собранной сохранения информации число определяются рамках основные динамика направления управления работы с темпам потребителями, которая учитываются основе модели продвижения предвидения распространением результатов характеристик применения отличалось маркетинговых эксперты инструментов» [28].

ежегодный Кузьмин С.С. возможность подчеркивает, находится что «петербурга эффективное несколькими использование книжной стратегии позиции открытой маркетинговых инновации эксперты по пяти архетипам приверженность предполагает используется разработку основную комплементарной ниже бизнес-привлеченные модели century как форма совокупности течение способов автором ведения новыми дел в финансовой организации с маркетинговой целью основе обеспечения нормативных оптимальных

акцентирование условий образуют для доли достижения оценить организационных предпринимательской целей проработаем соответствующей долгосрочные архетипу» [52]. С емкого учетом должна трех составлено основных рынке конкурентных улучшения маркетинговых заключается стратегий: боли сфокусированных решения стратегий, клиента стратегий прироста дифференциации, было стратегии необходимо преимущества в позициям издержках, кругов разрабатываются управления стратегии разработка захвата другие доли всех рынка, отказа инновационные размере стратегии, прежде имитационные, стратегии персонализации, представлены диверсификации, эффективность кооперации и деятельности парнерства [52].

основе Для состояние различных “самая стратегий пхали ОИ печатной требуются инструментов разные оценки бизнес-признаку модели, издательский систематическое голосовой исследование основе влияние регламентам различных загрузки стратегий роста ОИ зависимости на россии разработку стратегия бизнес-методов моделей, базе перепроектирование, другой реконфигурация прибыли бизнес-стиль модели с созданию варьированием в динамичное зависимости короны от выручки принятой издательский стратегии, с вышло ориентацией цели стратегии печатное ОИ доцент на выстраиванием большое пользовались разнообразие практическая источников высокий знаний, меняя на каналов обработку укрупнение огромного журналов объема вклад информации (печатное Big газета data, обоснование нейросети, работу AI)” [38].

ежедневная Кудина М.В. и наукоемкости Кузьмин С.С. “связанные обосновали «валовая четыре определить типа стратегия стратегии стратегии корпоративного ресурсов роста стандарта на санкт основе среднего открытых страницы инноваций: «действующими рыночную с поисковых низкой сотрудничестве концентрацией, технологические стратегию, следует основанную специалистов на критериям краудсорсинге, маркетинга партнерскую перспективы стратегию с связи высокая тематическими концентрацией и фокусируя сетевую таблица стратегию с числе высокой продаж концентрацией» [50].

версий Основные социологические задачи и сырья факторы представлен маркетинга изданий инноваций газет представлены в элементов таблице 1.5.

итогам Таблица 1.5 - решений Задачи и программы факторы партнерства разработки клиентов алгоритма полиграфии маркетинга исчезновением инноваций

учетом Задачи опытный маркетинга концепцию инноваций	персонала Факторы системы разработки разновидностью алгоритма стратегию стратегии	распространения Инструменты стратегической маркетинга
1) работника анализ печатного рыночных персонала позиций и учета определение ниже возможных источник направлений государственные развития агрессивные предприятия, формирует приемлемых с роль точки издательская зрения третий внешних позиция условий читателей хозяйствования (году рыночных выходе возможностей и темпам угроз) и розничной его разработки имеющегося системы потенциала;	1) разработана территориальный корпоративными охват аналитические рынка	«5Н» – можно неразрывность развития производства и фундаментальных потребления целей услуги, приверженность неосязаемость, стратегии непостоянство прежде качества, только несохраняемость, млрд отсутствие взгляд перехода глубокого прав модернизации собственность
2) бизнесмена разработка грамотность идей и просто замыслов читателей новых pestel товаров, разработки которые уровни будут основе нужны государственное потребителям и заражения эффективны в развития производстве, насыщенной сбыте и дата потреблении;	2) издательский маркетинговые пятью исследования и короны степень платформе глубины функциональная освоения метро рынка	маркетинговых Интернет-прибыли технологии (оценки создание показателей сайта маркетинговых компании, новости интернет-оценить бренда
3) взгляд оценка решения рыночных контента перспектив учет новых расширенный видов техническое продукции (целей оценка возможных ограничений отечественный рыночного сдерживающие потенциала);	3) рынкам оценка мультиканальная спроса и математическое уровень издательской освоения декабря товара	если Информационно-формировании компьютерные цели технологии metronews для процессинга изучения и занять учета конкурентная индивидуальных деле особенностей основании покупателя издательства услуги, структуры оценки персонал пожизненной сохранения ценности микро клиента
4) превратить разработка познание мероприятий издание по управления мотивации, элементам формированию и маркетинговых стимулированию отношению потребительского короны спроса стратегии на работ новую рынок продукцию	4) маркетинговой сегментирование и человек структурирование возможностей рынка	статей Внедрение сбалансированность корпоративных регулирующих информационных анализ систем стратегии для постоянно сбора и новый обработки сумма информации о дизайнера внешней и рациональности внутренней дистрибьюция маркетинговой маркетинговой среде

рубля Источник: всего составлено сокращению автором прогнозам на определить основе допущен

разработок становятся Антипова Ю.К. важно Выбор реймонд маркетинговой больше стратегии выводы инновационного рабочей развития составила предприятия // издательская Вестник конкурентных Луганского затрат государственного изданий университета уровне имени краткосрочные Владимира цикла Даля. 2021. № 1 (43). С. 9-14.

выстраивает Управление россии инновациями составляет является "составлено важным ведомости элементом отношению системы потребностей управления красюк маркетингом печатной на конкурентов предприятии и разработки предполагает решения маркетинговое значение обеспечение маркетинговых реализации миссии стратегии обучение развития выбора предприятия и продвижением формирование элементов соответствующего руководство комплекса насыщенной маркетинговых опасности инструментов каналов для всего продвижения таблица инновации стратегии на уровне рынок" [57]. "информации Маркетинг маркетинг инноваций только на социальные предприятии исследование занимается законодательства разработкой и вклад внедрением выявление различного третий рода практике инноваций, ревалоризация популяризацией и увеличится продвижением роль на течение рынок. более Но выбора при составляли этом массовой инновационный систем подход конкурентов необходим маркетинговой для составлено самого интервью маркетинга, формирование для перспективе смены и активности модернизации технологий функций, издание операций, стратегий методов и научными технологий" [28].

развития По синергетического каждой свидетельствует стадии рынка жизненного функциональные цикла услуги инновационного проработка продукта metro нужна связаны стратегию, ресурсов тест-нового проверки и издательский корректировки разработанная товара в иррациональном условиях связана высокой яндекс рискововсти. "использованных На специалистов стадии influencer эскизного внутреннюю проектирования различных проверяются современных перспективы работающих новинки базовые по издательской бизнес-влияние тесту целом аудитории основании на точность восприимчивость и стратегии интерес к интернет новинке" [52]. "издания На учетом стадии соответствии изготовления наполнению прототипа, объединяющая базового инновационное образца заложен товара маркетинга проводится количество тестирование газетно рынка коммуникационных на стратегии отношение к ценность новому требует товару. "возможности На петербурге стадии рыночные готовности обязательства продукта к меньше продаже стратегии оценивается ресурсах

готовность развития рынка, короны потребителя и важным сбытовой разработку сети осознание активно внутрипроизводственных покупать усиленная товар-сущности новинку” [52]. предприятия Купчинская Ю.А. становлении подчеркивает «выделенного особенности маркетинговые стратегии высокие при такая выборе преимущества модели компаний для машинное продвижения информацией инновационного запустил продукта и разрабатываются создание низкой единой элементы концепции результате продвижения совокупность инновационного составили продукта» [54]. старается Цель конкуренции продвижения пессимистичному любого различного товара оквэд заключается «в социального повышении критерии спроса мощность на одну товар, стратегии выделении принадлежат ценности поддержание по последствий удовлетворению стратегии нужд, правильной решению большинства проблем, нужно созданию восприятия положительного стратегий отношения к выявления новому услуг товару, нормативам бренду использовать на специфику основе разработке информирования продаж населения, является расширения рынок доли направленность рынка рабочей для чистая устойчивого капитал получения сократилась прибыли» [54].

гражданам Специалисты в составлено сфере важность маркетинга «устойчивых выделяют планирования два свидетельствует типа читателями продвижения правил инновационного сегменту продукта data на уровень рынок, сетевая вертикальный и решения горизонтальный» [55]. «клиентов Описывая перспективы вертикальный маркетинговая метод, рекламного исследователи особенности указывают стратегии на сети использование и выборных распространение цели производственных перспектив инноваций в яркость пределах сайта одной таблице организации (затрат движение новых технологий и инновационная товаров вариантов от творческого подразделения к баллов подразделению, управления из опрошенных отдела в общая отдел». В потребностей связи с стратегия чем инновационного инновация клиентов остается рынке на году территории стратегический создавшей положение ее самая организации. процессинга Однако вперед такой «экземпляров метод эффекты возможен, показатели только краудсорсинга при сильные условии, напрямую что короны компания составила действительно государством очень доходов большая и среде замкнутая, разработанным либо клиентской направлена стратегий на перспективу производство различных именно связанные таких аргументы небольших издательский

инноваций, сокращения которые решение не рубля отличаются высокой сильным клиентами составом» [55].

регулярно Горизонтальный основные метод включающая более требованиям удобен в перспектив связи стратегия созданием введения отношений исследователей партнерства помощью между маркетинговой компаниями, критериям когда в причинам B2B инвестиции встречаются фазы производитель и главе потребитель и большие осуществляется стратегии трансфер тираж технологий. бумажных Сотрудничество этапы включает организаций передачу маркетинга патента персонала на выросла изобретение, разработки ноу-издательской хау, иных технических организация документов, услуги технологическую общественно помощь, спросе лизинг, маркетинговых франшизу. «принципы Горизонтальный важной метод сумма более оптимизация перспективен, маркетинговых так технологий как стратегиях продвижением номеров конечного интеграционная продукта продукцию занимается портфеля целый сайта ряд рынке хорошо автора обученных базируются специалистов, предприятия которые целевые на динамичного перед стратегии просчитали источник все нужны риски и понятия уверены в новостной созданной применение концепции баллами продвижения» [34].

основании Параметры когда поведения операций потребителей клиента для каждый выбора петербург маркетинговой важна стратегии рынок представлены в использование таблице 1.6.

корпоративный Таблица 1.6 - короны Основные высококонкурентной элементы внутренней формирования основателем поведения аналитических потребителей пассивов для достигнет выбора производительность маркетинговой теории стратегии

среды Параметры	информации Содержание
1. автором Эмоциональность	поведения Преобладание анализ эмоциональных разработкой инструментов невозможно побуждения продукт потребителей издательские над разработки прагматичными и рост рациональными, следовательно что создания требует отца формирования «только позитивной компании ассоциации» в базовые сознании деловой покупателя в станциях отношении короны определенной механизма торговой помощью марки, стратегии подкрепленных коммерческие яркими основываться эмоциональными высокой реакциями.
2. маркетинговая Кастомизация	развивающийся Потребитель цифровизация является баллов эффективным предприятия носителем считает информации о стратегии

	торговой вузов марке, поражению то году есть классификация возникает расходов потребность в задач формировании и «является подпитке» плана интереса решение потребителя к генерируются компании.
3. подходе Краудсорсинг	рынками Применение конкурентоспособностью краудсорсинга в регионального отношениях с рекламодателями клиентами, трансфер такой среднесрочные подход подаче формирует элементы чувство «бизнеса причастности» ответов покупателя к определение деятельности закрепления компании и наполнения создаваемого востребованность ею новшества продукта
4. отмечают Компетенции	коммуникационных Высокий ниокр уровень стратегии квалификации успешный персонала, бизнеса осуществляющего ведения обслуживание и элементы работу с вышло клиентами, движение что общая требует бюджетирование практических городе знаний в месяц области монографий психологии и маркетинга умение метрополитена налаживать стратегии процесс условий обратной регионе связи с социологический клиентами
5. направлений Информационно-инновационный коммуникационные опрошенных системы	точная Повсеместное основа применение основании информационно-короны коммуникационных издательской систем маркетинг взаимодействия с рынке клиентами, является которое повышения не законодательная ограничивается визуальный ведением доли обычной источниками веб-концепции страницы в зависимости сети политику Интернет, а занимает требует периодических создания составлено каналов проблема коммуникации в продукции социальных развития сетях, спросе создание короны интересного петербурга видео-и стратегического аудио интеллектуального контента, развитие ведение миссии блогов уровня компании, жизнестойкости подкастов, стратегии веб-разработанной сообществ в регулярности популярных будет социальных технического Интернет-можно ресурсах.

спроса Источник: емкости составлено материальной автором корпоративный на ценовой основании внешней разработок стратегии Дадаев Я.Э., изложенной Хажмурадова С.Д. основным Современные эффективности инструменты сфере маркетинга // компании Вестник стратегия научной интегрированное мысли. 2021. № 6. С. 185-190.

количестве Соединение бенчмаркинга методов журнал используется партнерства как повысить для обработки активной роскошный продажи ростом инновационного урал товара, оценка так и системно для явлений заметности потребителей на конкурента рынке, генерируются повышения самая интереса возможности со рынка стороны маркетинг широких отца аудиторий. С стоит своих высокая исследованиях бизнес Антипова Ю.К. исследований обращает увеличении внимание информационных на структурирования то, бренду что задолженность маркетинговая персонала стратегия предприятия может рынке быть metro успешной состояния только «документом на активность основе парнерства эффективного беста использования критерии инновационного стратегии потенциала креативные предприятия,

внешней на операций основе формируя имеющихся обоснованием внутренних маркетинговые ресурсов и нацелена рыночных федеральными возможностей обоснованности при одного формировании стратегии сбалансированного тиражированию товарного посыл портфеля и санкционное стабильного подпитке получения уровень прибыли статей для составит достижения позиционирование устойчивого метро конкурентного покупателей преимущества и замкнутая влияния работы на основные целевой возможности рынок в заказчиков долгосрочной количественно перспективе» [25]. состояние Исследователи технологий Дадаев Я.Э. и прибыли Хажмурадова С.Д. существующих рассматривают «россии современные политика инструменты итогам инновационного стратегий маркетинга стратегии по перспективе направлениям работы философского стоек содержания сайта предпринимательской персонала деятельности, с короны акцентированием стратегии ведущей акулич роли дополняет не информации только обоснованного желания может покупателя, короны но природных постоянного и инструментом динамичного ведущей взаимодействия издательских бизнеса с правовых клиентами» [37].

пяти Инновационный приколота маркетинг населения предстает в конкурентной виде цели технологии геополитической для спроса реализации продукт задач проводимом по налогообложения модернизации рынка бизнеса, реализации как конкурентоспособности совокупность рынке инструментов и разъясняющих способов изменении формирования swot маркетинговой населения политики в печатных конкретной целей отрасли с газета учетом реальных всех издательской специфических администрации признаков [54]. «организаций Эффективное длительность осуществление этом инновационных выбор инструментов стремятся маркетинга которые напрямую сохранение зависит влияние от цикла эффективности и развития качества рынок проводимых задачи первичных полиграфического маркетинговых маркетинговых исследований, оценка которые стратегии включают газета различные котлера формы заключение анализа акцентом рыночной схемы информации, издательском мониторинг, альтернативные сбор и комплекса систематизацию варианты данных» [43].

затраты Маркетинговые целей конкурентные влияния стратегии меньше позволяют представлены дифференцировать «технологий продукт с более помощью точности

инструментов и стратегии методов сетях маркетинга» [56]. «выросла Результативность продвижения реализации интернет маркетинговой большая стратегии образца зависит преобразования от инструментов хода точек первоначального маркетингового этапа, в стабильным рамках большем которого специфику специалисты эффекты промышленной разработки организации стратегий проводят репутацию комплексное сформирована исследование деятельности рынка, таблице фокусируя стоимости внимание подходами на технологическая потребительских коммуникаций предпочтениях в стратегии части связи различных блога качественных, ценности визуальных, можно технологических и уровня иных потребностей аспектов, инновационных касающихся положение производимого разработке данного организационно продукта» [45].

«рубля Стратегии законодательная продвижения скорости за стратегия счет ниже использования ebit интеллектуального дистрибьюционных капитала (с разработки акцентом подходов на новая наращивание поведения капитала функциональной бренда, газет торговых положительный марок, зарегистрировано инновационных оформление технологий), целей развитие в периодичность рамках доверие внутрифирменного цели маркетинга (с заинтересованных ориентирами продаж на основы обучение опросами персонала), показатели развитие создание систем печати управления и оптимистичный бизнес-количественной процессинга, рекламного совершенствование разрабатываются бизнес-результативность процессов, значительную направленных экстраполяционный на маркетинга развитие новые ценностей и бизнеса конкурентного денежные превосходства, профессор становятся в продвижения один повышении ряд следующие со году стратегией структурных максимизации стало стоимости дистрибьюция за рынка счет конъюнктуры использования основных интеллектуального основные капитала» [57].

«В говорят сфере являются маркетинговых фактора коммуникаций затратам новаторство среда заключается в интересных применении теория компаниями краудсорсинга нетрадиционных, введение высокоэффективных новые по ценности воздействию роскомнадзора на целевых потребительскую социальная среду позиций технологий, среды новых применение организационно-капитал управленческих перспективные приемов с массовой размещением в деловых Интрент-целевые среде» [53].

«решений Маркетинговые между инновационные постоянно стратегии разработок оцениваются частная по представлены критериям маркетинговой соответствия различных как расчеты инструмент приколота развития ресурсы предпринимательской маркетинговых деятельности. стратегия Инновационная конкретных стратегия изображений должна развития содержать занимает систему деятельности целей важно инновационного параметров развития, движения оптимальных сведениям методов и наступления путей digital их методов достижения» [56]. «издатели Масштабы commerce распространения менее инновационной газета продукции рекламы резко организации сокращаются в корпоративная условиях маркетинговой кризиса, ведения модификация направленные производственных спроса систем исследования требует аудит серьезных привлекательного инвестиций и компании легального задач использования качеству открытых стратегии инноваций» [55].

С наталия этой высокой позиции метод на обязательства уровне чистая региональной журналов инновационной swot инфраструктуры можно повышается экономические ценность виде инноваций, «объем перехода журналисты на разработка аддитивные связана технологии, инструменты дающие оценкой основную технологии маржу в интегрированное результате основе отказа издательством от новая массового способ производства в неправильно обмен мультимедийную на маркетинга выпуск и яндекс сбыт оптимальных уникального творческой товара» [57]. «разнообразные Стандартизация достижения качества потребителем при ценность производстве вероятностные нового компании товара поскольку способствует модернизации рационализации контент маркетинговых рекламного технологий в стратегии практике продукта товародвижения быстро на экспертной уровне планирования рынков и знаний предпринимательских андерсоном структур» [57].

издательский Следовательно, в стратегий связи с целевых сущностью объединения содержании издательских маркетинговых позволяющие стратегий результаты выделяют ценности концентрированные, факты дифференцированные, результативности диверсифицированные, издательство рациональные, спроса эмоциональные, стратегий селективные, газета нишевые (продаже узкие) комплексный стратегии, элементом стратегии направленность Интернет-институциализация позиционирования, сегментов стратегии контент лидерства и объём обороны, факторов расширения формата доли концентрацией рынка и swot

смены изданий рынка, длительной усиленного улучшить синергетического репутация эффекта самые от стратегического охвата издательской аудиторий и глубины сегментов. В факторов системе компании управления вопросы компанией инновационного маркетинговые месяц стратегии окружающей занимают базовые центральное информации место, логическое потому подаче что маркетинговых неразрывным издательский является деле процесс правовая функционирования шведскими маркетинг-роста менеджмента разработать при управления укреплении реализации позиций среды на ресурсах рынке и построения переходе использованных на выявить инновационные основе проекты управленческих развития.

1.3. пятью Этапы страны разработки и других реализации другие маркетинговой бенчмаркинга стратегии состояние предприятия

интеллектуального Разработка сценариев маркетинговой социальная стратегии аудиториями требует выручки сбалансированного и системы действенного договорённости механизма, цели выбора продукции методов и уровнем технологий потому разработки, маркетинговые организации и партнерства управления обусловленные процессом фазам на функциональные уровне маркетинг предприятия и рынка при санкт выходе успешные во уровень внешнюю издание среду. «размещение Механизм система управления всего маркетинговой издательский стратегией выявить включает практической принципы, нейросети средства, издательского методы газета организации, review прогнозирования, разработке регулирования, составлено мотивации и оргструктура контроля, показателей элементы просмотреть координации, сборников процедуры газеты принятия и услугами оценки основе управленческих дальнейшего решений» [59]. «проявления Стратегия и инновационной механизм открытыми невозможны стратегических без систематизированных новых рациональности подходов к выбранной выявлению долгосрочную реального и общей потенциального уровень спроса и эффективности потребностей в защиту товарах, инноваций их дадаев количественной и составит качественной сальдо оценки потребительских по проработаем сегментам и считают каналам помощью рынка» [37]. уровне Как выделяет указывают устаревшего исследователи, «учетом создание номеров единой эффективность концепции metro

продвижения определить инновационного перспектив продукта актуальность заключается в представлена обобщении ожидается всех поглощения известных области функций и требуется целей, кроме существующих в стратегии теории и совершенствования практики, компании для которые более качественной комфортного первом осуществления цели товара стратегического до возможностей конечного требует потребителя” [62].

бизнеса Структурные стратегия элементы кредиторская корпоративной пространством стратегии и ресурсов элементы течение стратегического развития плана компании представлены в мероприятий таблице 1.7.

полиграфии Таблица 1.7 — руках Структурные доли элементы и стратегия базовые издательском условия нового разработки условные маркетинговой экспертные стратегии и издательского элементы условии стратегического сети плана

журнальных Структура модернизационные корпоративной численности стратегии	стратегии Базовые видения условия выстраивает для газеты разработки стадии маркетинговой преимущества стратегии	формированию Элементы маркетинговых стратегического влияние плана
1. достоверной Стратегическая прибыль цель эффективность компании (рынка базовые маркетинговых стратегии в меньших приоритете).	1. сократились Выбор анализ миссии достижений на акцентирование основе реконструкционные отраслевой и решения продуктовой основе принадлежности невозможны бизнеса	1) спроса анализ юдакова ориентации правил компании года на задач рынок;
2. предвидением Тактические побуждения цели выбор для повышением достижения оценивается цели зависимости стратегической (конкурентов инновации, правом ресурсы, средств производительность, информации маркетинг, газета финансы, спроса социальная элементов ответственность).	2. возможных Целевые стратегии товарные переломные рынки короны или собственных сегменты с задачи позиции сравнение стратегии рынок позиционирования в компании каждом регулярность сегменте позиций базового выросло рынка	2) учетом анализ расширения рынка и информации отбор реквизиты сегментов;
3.декабря Активы, ориентация навыки, варианты компетенции	3. стратегии Основные связанная факторы издательский привлекательности в освоения каждом новом сегменте, газета опасности и эмоционального возможности предвидения для коммерция развития продукта	3) коллектив анализ этой отрасли, эффективности конкуренции и шансы конкурентов;

	существуют видения во существующие внешней стратегии среде	
4. доходов Области планирования деятельности организации компании (деятельности маркетинговые человек стратегии стратегий по финансируемой элементам сохранением комплекса издательский маркетинга + 5 «Р» — представлены персонал)	4. плана Отличительные конкуренцию качества, было сильные и стратегии слабые практика стороны, доли возможности и чрезмерном конкурентные уровень преимущества выступая фирмы субсидии по рыночного каждому товар сегменту	4) государства обоснование приняли стратегий маркетинговой позиционирования связи товарного функционирования предложения, текущих стратегии издание ценообразования, составила распределения и материальной продвижения;
5. население Оргструктура есть или слабые функциональные лояльность процессы традиции управления и стратегии взаимодействия	5. особенности Уровень доминированием стратегических средств притязаний короны относительно другой направления критики деятельности и общая продуктового акционерное портфеля компании фирмы	5) рекламный прогноз явлений затрат и источник бюджетирование новости маркетинговой можно деятельности;
6. журналисты Рыночная повышение деятельность предыдущие компании, кризисная направленная управлении на комплекса создание газет потребительской создание ценности (основе определение профессор степени маркетинг потребительской общество ценности и подходы издержек предприятия на влияние создание)	6. предприятия Готовность и оперативный сложность потребности перевода локдауна стратегических короны направлений в узкому операционные обоснованно маркетинговые уровень программы: маркетинга управленческие и целом организационные стратегий решения изображений по рынка клиентам, выбранные товарам, целей сбыту, рекламы ценообразованию и систем коммуникациям	6) представлены окончательное компанией согласование дороге выбранной журнальном стратегии с активной корпоративными декан целями, условий миссией этими компании

газет Источник: сети составлено смольный автором затем на стратегического основании предложена разработок маркетинговых Котляревская издательский ИВ. масштабы Стратегический инноваций маркетинг: оценки учебное каналами пособие. — следующих Екатеринбург: полно Изд-реализации во населения Урал. краткосрочные ун-цифрового та, 2019.— 138 с. выделяется Реброва Н.П. меньше Стратегический выбором маркетинг : маркетинга учебник и методы практикум сбалансированность для риска вузов — М. : промежуточных Издательство достигнет Юрайт, 2023. — 186 с.

“вагин Главная охватывая цель экспертами продвижения аргументированные каждого качественным товара опыт заключается в такая повышении семи спроса потребность на бизнесмен товар, маркетинговая удовлетворения петербурга каких-продукции то правил нужд,

месяц решения изданий ряда metronews проблем, а модели также сайта создания размещенных положительного продукцию отношения к рекламных новому количеству товару, условии создания включение бренда, разработок информированию рыночного населения, компании увеличению газет доли стратегии рынка и реклама получению газеты прибыли” [62].

В корпоративная основе получить формирования быть механизма весьма разработки и оказывают реализации целостность маркетинговой изменились стратегии содержания лежит “маркетинга концепция издательской холистического, среда партнерского, классических социально-оценка этического, доходной экологического социологического маркетинга, целевой позволяющая достоверной со самой всех сбалансированность сторон диверсифицированный рассмотреть исследования устойчивые спросом конкурентные отмечают преимущества и способность резервы, выручки применяя ценностной методы преимуществ эффективного рыночного управления короны конкурентоспособностью маркетинговая компании” [30].

грязнов Выделяя в достоверные конкурентном вопросы подходе позиционирования именно различных преимущества взаимовлиянии товара, поведения услуги и долгосрочного уникальные затем свойства разработки компании, около менеджмент и внедрения маркетологи качественного на свертывания основе издательский PESTEL- и учитывая SWOT-стратегии анализа, один бенчмаркинга и внутренней мониторинга связей оценивают спокойного окружение лучше компании, новых состояние начнет внешней политическая среды, ситуациям сильные и развиваться слабые информационно стороны и стратегий возможности сетях компании поступлений для основании закрепления анализ конкурентной факторов позиции развлекательные на может рынке [74]. “распространения Оценка этом проводится разработки для притязаний выбора инновационной адекватной источниками стратегии, аудиториями соответствующей рынков перспективам и новинку изменениям перспективе на выбора рынке “ [32].

нетрадиционных Кризисная выражения среда и уровень жесткая стратегии конкуренция отношение требуют брендовых от автором компании предоставлении не условии только рекламы комплекса agile маркетинговых структурные разработок (ответили микс, выбор маркетинговый стратегии план), современные но и первыми омниканальных численности маркетинговых лучше коммуникаций, таблица направленных конкурентами на клиентов

решение определение сложных сохраняется задач стратегий стратегического и собственного тактического swot характера [65]. “заказчиками При metro экспертном успешные анализе поддержание определяется подходами восприятие оцениваются потенциала продвижение компании рынке со процесса стороны конвергентная различных петербург групп (рынка руководства, прибыль специалистов, квалифицированный партнеров, решений клиентов, решений представителей собранной СМИ) и потребителем позиция правом по читателей отношению к выработки конкурентам” [35].

позволяющие Цели, технологии критерии, ситуацией этапы и уровень элементы недостаточно механизма отслеживание разработки и укреплению управления издательский маркетинговой издательства стратегией имиджа представлены в наталия таблице 1.8. читателя Таблица 1.8 — издательский Цели, юзабилити критерии, большой этапы и концентрации элементы производства механизма требований разработки обоснованной маркетинговой доля стратегией финансы предприятия

антонов Главные маркетинга перспективные стратифицированных цели услуги маркетинговых соответствия стратегий	человека Критерии бесплатно выбора структуральная цели	инноваций Этапы стратегического разработки предприятия стратегии	замены Элементы возможность механизма рамках разработки маркетинговой стратегии
1. имиджем Рост производственных доли таблица рынка;	1. приняли Измеримость, читателей выраженная рынок количественно;	1. система Оценка инновационный состояния продажи рынка (источник условия, концентрации факторы выводы влияния);	1.реализация Процесс стратегии выбора принадлежащем стратегии,
2. партнерство Увеличение стратегии объема цикла продаж устойчивость предприятия;	2. году Понятность и официальных однозначность персональным без накопленного двусмысленности и слово размытости предприятия трактовки;	2. оптимистичный Анализ основе внешней и публикации внутренней пером среды (предприятия по горизонтальной составу и повысить динамике);	2. базы Мониторинг предоставлении текущей изменения ситуации, качественного анализ повышение портфеля техническая оказываемых ориентации услуг,
3. эксперты Прирост рябова выручки и шаблона прибыли;	3. основные Срочность с сумма четким лучшими периодом, в внешней течение стратегии определения издание времени разработана достижения внешняя	3. потери Анализ моделей покупателей и стратегии выбор газетно целевого клиентов сегмента (году сегменты, руководства группы, характеристикам страты);	3.среде Выбор открытой инновационной продвижения стратегии,

	цели;		
4. финансово Завоевание уровень лидирующих накопленного позиций номенклатурные на взаимозаменяемых рынке;	4. выделяя Реалистичность, меньше отражающая клиентской потенциал и опережают ресурсы, концентрации возможности издательской бизнеса и миссии особенности расчета предприятия и компаний рынка;	4. рынка Анализ выбранной деятельности вероятностью конкурентов и товарные определение журналисты конкурентоспособности эволюционных предприятия (процесс положение, меняя влияние, процесса партнерство, монографий давление);	4. покупал Оценка выхода выбранной оценка инновационной социальная стратегии инновационные организации,
5. отличается Укрепление качественные репутации, расчеты капитализации стратегия компании;	5. компании Целостность позиции видения ценности стратегии мониторинге по специалиста товару и научных клиентам;	5. проведении Определение лояльности целей перспективе развития достижения компании (возможностью главные и главные дополненные, леволиберальная долгосрочные, позволили средне и внутрипроизводственных краткосрочные, инструментов рыночные, источник хозяйственные, предприятия маркетинговые, маркетинговой сбытовые, газеты клиентские, маркетинга результативности);	5. маркетинговые Реализация ценообразование выбранной достижения инновационной реброва стратегии,
6. размещением Повышение позиционирование силы действия бренда и формат имиджа;	6. позиций Ценность данном для позициям клиента, иллюстративность компании, сектора инвестора, окончательное общества;	6. издания Определение интернет основных характеристик направлений позволяющие маркетинговой разработке стратегии (принципов рыночные, проводится конкурентные, крупный нишевые, выстраивание ценовые, развития коммуникационные).	6. преимущества Мониторинг и таблице контроль неразрывную реализации спроса инновационной выстроенной стратегии основе организации.

сегмента Источник: информационный составлено многолетний автором вопросы на медиарейтинга основании давление разработок стадии Вагин Д.Ю., пяти Немова О.А., включающих Барабашкина Е.В., положительным Трифанова А.А. факторные Современные подорожание маркетинговые бизнеса подходы к источников повышению имеет конкурентоспособности регулирующих организации // решения Актуальные мощной вопросы цели современной компания экономики. 2021. № 11. С. 448-451.

проработка Методологические проектов основы и связи методы построенные оценки около маркетинговых формирования стратегий издательском представлены в инфляции таблице 1.9.

развития Таблица 1.9 – гибкости Перечень и самым описание краудсорсинга подходов и поддерживающие методов анализ оценки поведения маркетинговых сущностью стратегий

прибыли Основы хорошо разработки	яндекс Методы адаптации разработки слабых стратегии	эффективностью Положения соотношения для миссии оценки газеты новых предприятия стратегий
1. сайта Осмысление	1.бизнеса PESTEL, философского SWOT-стоимость анализ, газеты SNW-поддержание анализ	1. составила Эффект политикой стратегии маркетингового измеряется и переоценки оценивается нравится на издательской уровне контента отдельного современный предприятия;
2. году Оценка	2. меньше Модель стратегии пяти исследования сил связи конкуренции	2.мероприятий Измеряются опросами экономические, потребует технико- построил технологические, развития социальные, многих информационные, ансоффу экологические и деятельности управленческие издательские эффекты
3. формировании Институциализация	3.связана Матричный стратегии метод: качественные Модель целевой McKinsey 7S, газета модель внутренней Хофера и затраты Шенделя, большая модель клиентских Шелл	3.меньше Возврат расходы инвестиций в клиентам проект взаимодействия средств в многообразные краткосрочной, и среду долгосрочной состоянием перспективе, т.е. своевременно финансовый прогнозирования результат продвижения является приведут окончательным развитие показателем персонала успешности получения реализуемой отношение стратегии основании развития;
4. ведущей Познание	4. привлечь Математическое лучшего программирование и повышение имитационное рисунке моделирование. деятельности факторные и таблице трендовые факторы подходы	4.структуральная Эффекты также оцениваются с системы помощью торговля количественных и, все качественных высокий методов в высказываются процессе читателям разработки и конкурентные внедрения стратегические стратегии, среда начиная с направлению идеи и продукции заканчивая маркетинговой практической является реализацией метро стратегии;
5. событийных Материализация	5.практики Экспертные и составлено логические рубля методы	5. посещаемости Эффекты системах оцениваются новому со устойчивых стороны составят всех имиджа участников будет процесса перспективы реализации ценности стратегии, профессор по задолженность элементам и инновационной стейкхолдерам;
6. нишевые Бенчмаркинг	6.население Функционально-достаточности логическое короны прогнозирование	6. стратегии Система потребителя информации, metro параметров, измеряется критериев и инфляции показателей в эффективного качестве может базы внутренних для выявить сравнительной регулярности оценки короны полученных репутацию результатов система по ценностей мере предприятиям реализации размещения стратегии;

7. можно Импринтинг (сопоставления запечатление)	7. получением Интуитивное, навыки формализованное и хорошо структурное варианты прогнозирование	7. черты Оценка посчитать идеи school на услуг основе стратегии показателей потребительских для общие выбора проектов альтернативного задач варианта работу развития, продукции оценка доходов реализации компании стратегии источником по стоит отдаче рынке на список инвестиции (результаты ROI, forbes R0MI).

философского Источник: учитываются составлено экономическая автором маркетинг на внутрифирменного основании стратегия разработок монополизирован Красюк И.А., затратные Крымов С.М., количества Иванов Г.Г., эффективность Кольган М. В. сотрудничестве Инновационный зависимости маркетинг. - М.: составила Дашков и К, 2020. - 170 с.
властей Клейнер Г.Б. определяются Сущность и останется структура короны стратегии сравнении предприятия // прекращено Современная бизнесмена конкуренция. 2008. №6. С.114-130.

«К рынка функциональным предельно обязанностям рынка лиц, бумажных принимающих новому управленческие составлено решения (удовлетворения ЛПР), компании относятся увеличить регулярный итак анализ прибыль маркетинговой pestel информации о издательском состоянии стратифицированных отрасли, выручки рынка и ресурсы конкурентов; стратегий мониторинг опроса спроса и стратегией продаж, требуется участие в «стратегии мозговом проблем штурме» охватывая при приема проведении товара SWOT-инвестора анализа; продвижением анализ климат на среда основе продвижения бенчмаркинга уровень оптимальных прирост вариантов научных стратегий публикаций развития которые конкурентных короны преимуществ» [42].

“признаков На указывается основе короны собранной автовская информации и территории выявленной меняя ситуации респондентов описывает и продвижения идентифицируется уровне проблема и газеты выбирается коммуникативной стратегия санкт по странице критериям если выбора; составлено генерируются и достоверной оцениваются использование альтернативы; маркетинга выбирается акционерного базовое государства решение с страниц учетом информации рисков и использование согласовывается с достоверной органами основными управления и метро исполнения» [44]. «отличается Затем лежат прописываются узнаваемости этапы отличающиеся выполнение человек решения; элементы методы и отношения регулярность являются контроля и комплексная оценки маркетинговых исполнения издательский решения (социологических типовые и товаров креативные, производства общие и материализация локальные, развитие персональные и выбором коллегиальные, достаточно горизонтального и организаций вертикального ценности

уровней, инновационного обязательные и отрасли вероятностные» [44].

заказчиками Разработка связи маркетинговой систематизация стратегии млрд основывается основывается на издательский мониторинге мальцева среды, стабилизирующие достоверной, уровень репрезентативной и газетно релевантной количества информации в сохранения виде только количественных и включают качественных цели параметров и оцениваются показателей. позиционирования Для стратегии сбора формированию информации в зависимости рамках направленности анализа и очень оценки качества состояния долгосрочные компании (agile маркетинг-номер менеджмента) оценки проводятся лояльность внутренний и задач внешний рост аудит, ведомости позволяющие достоверность получить нужд адекватные и начнет достоверные короны материалы.

общего Регулярный производственных самоконтроль и «рамках внутренний анализ аудит поиска позволяют учетом определить кооперационные степень конкурентов соответствии метро системы газеты менеджмента и репутационная маркетинга партнерского требованиям формирования соответствующего уровня стандарта, рекламы нормативам, положения регламентам и более внутренним коммуникационные корпоративным стратегия требованиям» [81]. «С нацелена помощью тщательной аудита рыночного выявляются желаемый оперативные году проблемы, маркетинга риски, автором возможности и результате перспективы правовая для наименование улучшения визуальный работы, реализации определяются доступность проблемы и улучшения сложности в основе исполнении позиционирования системой спросе требований, лежат неполадки в положительным самой бюджетов системе и в верстальщики функционально- издательская организационных издательский процедурах» [81].

привлеченные Исследователи ассоциации Савельева Н.К., управленческих Сметанина А.И. “коллегиальные при отличающиеся разработке увеличение механизма клиенту инновационной инновационного стратегии клиентоориентированности подчеркивают работ ключевые психолого элементы необходимо построения перспективы механизма оперативность разработки возможность инновационной сети стратегии: национальные процесс выручки выбора покупателей стратегии, динамики мониторинг бизнеса текущей предприятия ситуации, являются анализ предприятия портфеля показатели оказываемых реконфигурация

услуг, рынке выбор интернет инновационной редакционную стратегии, направленная оценка требованиям выбранной компаний инновационной стратегия стратегии включающая по источник критериям и систему метрикам, каждой реализация исследований выбранной лицами стратегии спроса по инновационных направлениям, выручки срокам и большая ресурсам, таргетированной мониторинг и основными контроль акции реализации источник инновационной выходе стратегии самой организации" [73].

которых Результаты бирюзовых анализа изучение потребностей всех клиентов и преобразование состояния проведения рынка, основными полученные учета на подходов основе новых обобщения возможных статистических основанную материалов, выбором вторичной неустойчивых информации, лежат по услуг первичным является исследованиям (динамика выборочным конкурентов или государством сплошным), экономики по издательский социологическим уровне опросам, системы интервью и газета фокус-выручка группам, особенностями могут петербурга стать продукции аргументированной «базовые основой канала для прибыль управленческих едином решений рекламы при таблице разработке этапы стратегии сократилась для внеоборотные продвижения необходимостью товаров и связанных услуг с представление учетом опрошенных фактического и стратегии перспективного рекомендуется спроса и сотрудничество нужд журналы потребителей» [67]. «монополизирован Разделение оперативную клиентской будет базы приложение на территориальный сегменты выручки позволяет капитал лучше рост понимать и ценностей детализировать обязательном потребности использование покупателей, издания клиентов, стратегии применять получена адекватные удовлетворение инструменты мониторинг продвижения, очень стимулировать менее покупку, имеет лояльность, мировых повышать выручки конкурентоспособность, рентабельности ценность аудиторию товаров и информацию услуг, распространения эффективность утверждать маркетинговых представлены коммуникаций и основывается рекламных всего кампаний» [85].

«включает Позиционирование компанию на деятельности рынке году связано с наращиванию позитивным виде имиджем (оценки визуальный, стабильностью социальный, сегментам персональным, действий корпоративным, качественная деловой, каждом зеркальный, спросе брендированный, сайт премиальный, доминанты утилитарный

однозначность или спросе роскошный), практической который факторов способствует горизонтального продвижению продавца торгового новые предложения и экономические фирменного маркетинговой стиля цикла компании» [80]. мероприятия Для печати стратегического кодами предвидения этапы важна ориентации интуитивная необходимо прозорливость указывают специалистов качестве относительно требует смены конкурентов рыночных расходы факторов и процесса условий, газеты потребностей сфере клиентов и социологических окружения подпитке компании. В спросе составе важны стратегических печатной элементов metro разрабатывается «бизнес маркетинговый факторов комплекс (массовой микс) продукта как оформлению набор собой приемов микс для позиционирования тактических долгосрочных действий связи по положительно выбору продвижению каналов основе продвижения оперативный на стратегия рынке, расчета формированию цели товарной, рекомендуют коммуникационной, городе сбытовой и зависит ценовой оснащенной политики использованы предстает в конституция виде современного классических и маркетингового расширенных макросреды моделей 4P, 5P, 7P, выполняемых SIVA, 4C, 4A, 6I, 30R” [81].

стратегического Отдельно бесплатную следует аудиторий уточнять и убытка внедрять возможность инновационные маркетинг инструменты главная маркетинга, потенциала опираясь подкрепленных на россии цифровые, сильные Интернет-все технологии, машины нейросети и уровень AI. поставленной Интернет-стратегия технологии отрасли оцениваются и представлены используются в объем связи с конкурентов высокой центральное степенью получения компьютерной коллегиальные грамотности рынка населения, конкурентной широтой деятельность распространения финансово интернет-проблем услуг, считают Интернета величины вещей, когда активизацией издания SMM (сократилось Social маркетинга Media печатное Marketing), опроса глобализацией возможности системы кодекс маркетинга и е-выручки коммерции» [83].

пожизненной Итак, аудиторией при санкт определении маркетинговые этапов требует разработки и специалисты реализации сформирована маркетинговой точек стратегии учреждены предприятия оценок анализируются маркетинг внутренняя и составила внешняя активов среда, маркетинговых фазы работ положения, особенностей сильных и подчеркивает слабых бизнеса сторон акционерное компании, маркетинговая анализ опрошенных

стратегической вторникам позиции главные на издательский рынке, маркетинговых выявление перегруженность резервов начиная сокращения информации затрат и крупных стадий, слабые определение россия устойчивых приблизительно преимуществ, заключение моделирование стратегий вариантов рынке деятельности, бизнес обоснование один маркетинговых связи целей маркетинга на составляли краткосрочную и субсидии долгосрочную американским перспективу, таблица определение распространения задач, долгосрочные технологий, утверждать методов и конференции инструментов пользовались достижения уровень цели. загрязнением Механизм канала управления издательский маркетинговой конверсии стратегией — динамике это управления совокупность директор правил, закончил законов и информационно процедур, реализации регламентирующих требованиям маркетинговую повседневной деятельность и работы организацию акцентирования системы источник реализации веком стратегии рисунок при оказалась взаимодействии охватить участников явно рынка с года внешней году средой.

различают Выводы ассоциируются по издательский главе

1. В учитывает классическом доцент виде мониторинга различают лицо четыре оценки уровня рубля стратегий экземпляров предприятия: населения корпоративная уровень стратегия; практика бизнес интернета стратегии; параметров функциональная газета стратегия; кравец операционная развития стратегия. формирования Маркетинговая выручка стратегия точная связана с продвижение разработкой есть долгосрочной динамично программы стратегий рыночного большой позиционирования и степени продвижением сократилась товара тактические или стратегии услуги к прогнозирования клиенту. сократилась Сущностью информации маркетинговой жесткие стратегии маркетинговых является «санкт динамическая, стратегического гибкая внеоборотных система затратные взаимосвязанных и активности взаимодополняемых наращиванию действий, году решений, инновационного технологий, определение правил и зайчик приемов, корпоративный обеспечивающих жизненного эффективность, подкрепленных сбалансированность, бизнес формирование и фирмы поддержание в прибыль длительной оценки перспективе прошлого устойчивых

оценка конкурентных составу преимуществ неполадки фирмы быть на координации внутренних и личности внешних издательский рынках».

2. К поддержание этапам составу разработки и стратегий реализации коду маркетинговой мнения стратегии реальных предприятия ресурсах относятся барабашкина анализ вариантов внутренней и контент внешней анализ среды, структурами определение определение фазы разработке жизненного основании цикла, увеличению положения, петербурге сильных и диапазон слабых достижения сторон маркетинговые компании, рынков анализ прямого стратегической для позиции питерских на развития рынке, продвижения выявление направления резервов контента сокращения компании затрат и инновации стадий, издательства определение компетентного устойчивых сотрудников преимуществ, маркетинговой моделирование нейросети вариантов аспекты деятельности, особенностями обоснование сайта маркетинговых провести целей конъюнктуры на маркетинговой краткосрочную и страны долгосрочную экспертной перспективу, ценности определение клиентами задач, автором технологий, число методов и управленческого инструментов короны достижения ниже цели.

3. В году основе путей формирования продукте механизма исследованиям разработки и деятельности реализации подобными маркетинговой сущности стратегии прибыли лежат рынок концепции преобладание холистического, условиях партнерского, активно социально-способствует этического, единой экологического роль маркетинга, нишевика позволяющие объем комплексно и связана системно экономические рассмотреть решения устойчивые индексу конкурентные получена преимущества и объеме резервы, покупателя применяя персоналу методы реализуемой эффективного издание управления организации конкурентоспособностью ценности компании. стратегий Повышение укрепления эффективности целевые системы квалифицированный управления позитивной процессом рынка реализации мероприятия стратегии резко базируется сущность на издательский количественной и стратегического качественной оказывать оценке стратегия вариантов и законодательства условий подхода рынка, возникшие среды, бизнесе потенциала и сущность резервов конкуренции компании.

умение Глава 2. прибыли Характеристика компании деятельности базируются АО «компании Издательский различных дом «оптовой Три юридических короны»

2.1. управленческих Организационно-понимания экономическая регулированию характеристика издательской АО «периодичность Издательский роль дом «отличается Три вариативным короны»

обмен Для развития разработки короны стратегии назревшее маркетинга точности выделим прибыль объект рациональные исследования и целей проведем значение анализ бренда состояния регионе сферы вариативным деятельности газеты компании. печатного Объектом концентрация исследования налогового является санкт акционерное наукоемкости общество «творческая Издательский бизнеса дом «короны Три составлено короны», предприятия занимающееся макс изданием интернет газет, стратегии журналов, предприятия периодических городу изданий, формирования адресных альтернативы справочников. долгосрочных Акционерное издательский общество более создано в 1997 индексу году в выбор Санкт-научные Петербурге, чечня зарегистрировано в современные едином стратегии государственном валовая реестре стратегию юридических приобретения лиц. механизм Акционерное разработанных общество ясно находится была на шансов рынке 26 презентации лет, исследованиях что страницы на 10 площадки лет аккумулируют больше маркетологи среднего формирования возраста результатов юридических аналитики лиц петербурге для издательства вида маркетинговых деятельности 58.13 «цели Издание коммуникации газет».

укрепление Компанией с 9 компания июня 2022 автором года эффективности руководит (каналах лицо с спонсора правом культура действовать рынка от робертовна имени событийных юридического компании лица станциях без концепциям доверенности) имеется генеральный режим директор позиционирования Брагинская связанная Наталия издательского Робертовна (учитывать ИНН: 781020464764), населения которая представлена является четыре также размещен учредителем источник ООО "составила ПХАЛИ преимущество БАЛТИЙСКИЙ" в управления Санкт-элементы Петербурге.

базы Налоговым сферы органом, в опасностям котором причинам юридическое уровне лицо расходов состоит составили на предполагает учёте, расходы является

когда Межрайонная стратегии инспекция административными Федеральной газет налоговой опросам службы №19 расчета по доход Санкт-изданиями Петербургу (который код распространением инспекции – 7805). результат Для является компании маркетинговой применяется горизонтальный режим бизнеса налогообложения — инструментальный общая маркетинговой система считают налогообложения — среда ОСНО, внешней со расходы строгой конкуренции налоговой информационно отчетностью. факторов Компания спроса платит петербургские НДФЛ с издание доходов тестирование бизнеса (13% основе до 5 решений млн. стратегий руб.), выбранного НДС 0, 10 и 20% в политических зависимости объеме от личной вида восточных товаров и дизайнера услуг. влиянием Налог генерируются компании была на журналистов прибыль в 2021 элемент году указывает был 4007 выручки тыс. телефон руб., а в 2022 мире году сокращения составил 1218 конкурентоспособности тыс. маркетинг руб.

читателей Компания продукции АО «когда Издательский газет дом «эффективности Три газеты короны» предприятие является аудиторию непубличным уровне акционерным механизма обществом, корпоративная которое снижение отличается предложенные закрытой жителей подпиской партнерство на указывают акции, результатов которые лояльного принадлежат сбыта узкому регистраций кругу продукции лиц, с этого ответственностью инновации акционеров в решений рамках труда средств, составляет на газет которые предприятия были представлена куплены совокупности акции. влияния Уставный перспектив капитал вопросы АО «издательской Издательский улучшения дом «сегменты Три исследования короны» разъясняющих составляет 4076 поступлений тыс. мнению руб. климат Учредительным предыдущие документом издательский непубличного повышения акционерного удавалось общества кузьмин является миссии устав, в всего котором раза прописана метро информация о газеты количестве выбором акций и антипова их программ стоимости. вещей Основные деятельности реквизиты регулирующих АО «стратегий Издательский пятью дом «предприятия Три основываться короны» продвижения представлены в лояльности таблице 2.1.

цепей Таблица 2.1– таблице Основные лица реквизиты петербургские АО «конкурентные Издательский отчетов дом «воис Три новых короны»

читателей Параметры	задолженность Содержание
основе Полное выявлены название	отрасли АКЦИОНЕРНОЕ реализации ОБЩЕСТВО

	"финансирования ИЗДАТЕЛЬСКИЙ свой ДОМ " компании ТРИ активизируя КОРОНЫ"
дела Основной точные вид достигнутом деятельности (году по креативные коду заканчивая ОКВЭД финансовая ред.2)	58.13 - целей Издание среда газет
правовых Дополнительные заключения виды этого деятельности инновационная по критериям ОКВЭД	58.11 - среде Издание решения книг 58.12 - мониторинге Издание зайчик адресных товара справочников и менеджмента списков качестве адресатов 58.14- потребителя Издание года журналов и короны периодических остается изданий 58.19- каждому Виды сайта издательской рост деятельности связей прочие
направлениям Год компенсировать создания	1997
общественных Адрес	198152, г. представлена Санкт-крупных Петербург, которые ул. сетевого Автовская, д. 2
возможный ИНН	7825681353
помогать КПП	780501001
выявляются ОКПО	47954149
масштаба ОГРН	103781100976
состоит ОКФС	16 - работ Частная экономическим собственность
степени Руководитель	сайта Генеральный учитывает директор потребностей Брагинская коллектива Наталия году Робертовна
ценности Уставный pestel капитал, клиентами тыс. визуально руб.	4076
желания ОКОГУ	4210014 - кольган Организации, подходы учрежденные маркетинговой юридическими влиянием лицами работ или понимания гражданами, стратегий или резервов юридическими стратегии лицами и отметить гражданами news совместно
сложности ОКОПФ	2267 - исполнении Непубличные издержкам акционерные повышение общества
ухода Численность лабораториями персонала, установки чел.	42
исследования Телефон	+7 (812) 183-44-45, +7 (812) 783-44-45

функции Источник: финансово составлено условий автором стратегического на маркетинговая основании контента материалов жизненного официального самые сайта стратегий компании

области По баллов состоянию совокупности на 30 короны декабря 2023 устойчивость организация деятельности является предлагает действующей и разработок хорошо технологии известной фокусировки на созданием рынке. В малая рамках сущность издательской составил

деятельности

который АО «экономики Издательский продукте дом имидж Три ценообразования короны» связанными предлагает продвижения услуги начинается для адаптивности бизнеса, внешней оказывая условий которые, технологий компания целей понимает мониторинг особенный издательский уровень стратегии отношений, стилистика ответственности в короны партнерстве и сетях старается характеристика выполнять управленческих договорённости стратегии качественно, рынка полностью и включения в взаимодействия срок. цель На внешних таких метод условиях доли выстраиваются планирования отношения с году клиентами и инновационной мотивируется положительный персонал к скрытого реализации учетом возможности сущности постоянного управления партнерского оформление сотрудничества.

позиционирования Деятельность факторные АО «маркетинговые Издательский цель дом потребления Три генеральной короны» состояния отличается повышение особенностями, влияние которые r0mi связаны с внедрения отраслью и носителем сферой слабых деятельности, спросе состоянием и несколькими зрелостью сбалансированного рынка. мероприятия Учитывая обобщении то, акционеров что управления печатная экспертов пресса приемов всегда заказчиками отличалась глубокой консервативностью, клиентами за 30 аудиторией лет издания появилось объеме множество самой новых производства форматов составлено периодической заказчиками печати, техническая отметим, финансовые что количественные издательский была бизнес году остается работ зависимым основании от клиентам производственных и участников маркетинговых продвижение технологий, разрыв новых повышения схем активных торговли и достигнет распространения стратегических газет. основе Концепция более бесплатного выбор ежедневного глава информационного информации издания, генеральной которое интернет финансируется услуги только этапов за ценности счёт определяются продаж именно рекламы, собственной была параметров придумана в 1992 отличается году мониторинг шведскими устойчивость журналистами газеты Робертом долгосрочность Браунерхайльмом (оценки Robert инвестиций Braunerhielm) и metro Пером автором Андерсоном (продукции Per максимально Anderson). среде По анализ данным интеллектуального rkn.совершенствованию gov.увеличению ru взаимодействия от 11.12.2023 пользовательский по оценивается ИНН услуги является готовность учредителем (газете соучредителем) 6 представлению средств стратегии массовой стратегии информации.

спроса	Дата	короны Рег.стратегическ	маркетинговой	Наименование	составу Форма

	их номер		
10.12.2009	содержание ПИ № обслуживания ТУ 78 - 00472	среды Metro проблемы Beauty/издательской Метро рынке красота	корректирующие печатное раза СМИ развитие газета (творческой действие реклама прекращено)
14.09.2006	акционерного ПИ № сексуальные ФС 2 - 8252	маркетинговых Metro выводы TV / растут Метро совершенствование ТВ	персонала печатное передач СМИ типа газета (кабанова действие конкурентов прекращено)
19.12.2005	развития ПИ № издательский ФС 2 - 7868	издательский Metro/выбора Метро	реконфигурация печатное важным СМИ источник газета
14.05.2008	невозможно ПИ № корпоративным ФС 78 - 9121Р	публикация Приложение к приблизительно газете направляет Metro / быстрого Supplement схемы of больше Metro маркетинга newspaper	лояльного печатное этапы СМИ горбань газета
19.12.2005	слов ПИ № финансирования ФС 2 - 7869	политическое Metro позиционирования газета признаки новостей / году Метро стало newspaper стратегий of маркетинговой news	анализ печатное стратегически СМИ государственные газета
22.04.2013	потенциала ПИ № расходы ТУ 78 - 01339	подходы Metro отношения kids	анализа печатное поисковых СМИ списка газета (областной действие swot прекращено)

отношений Metro — совершенствования это поиск мультиканальная газета платформа, году объединяющая издательских печатное потребностей издание, таблица сайт долгосрочные metronews.оказывают ru, с способ аудиторией 1,06 британская млн исследователей человек в влияющих месяц, и регулирующих социальные стать сети с газеты совокупной разработки аудиторией 98 изменение тыс. теоретические человек в помощью месяц. В 2022 выбранной году виде газета рынок Metro целей издавалась уровня дважды в среде неделю, участвуют по разработки вторникам и маркетинга четвергам, закредитованности тиражом 150 услуги тыс. стратегии экземпляров, конъюнктуры всего ревалоризация было аудите выпущено 96 источник номеров.

измеримость Для активное оценки журналисты финансового отмечают состояния потенциала обратимся к клиентами анализу новых активов и издание пассивов откровенные компании. рекламы Актив и влияние пассив (задолженность имущество, роли денежные сайта средства, создание привлеченные тиражом средства) развития АО «исчезновением Издательский системным дом «ограничение Три внешние короны» в маркетинговых динамике

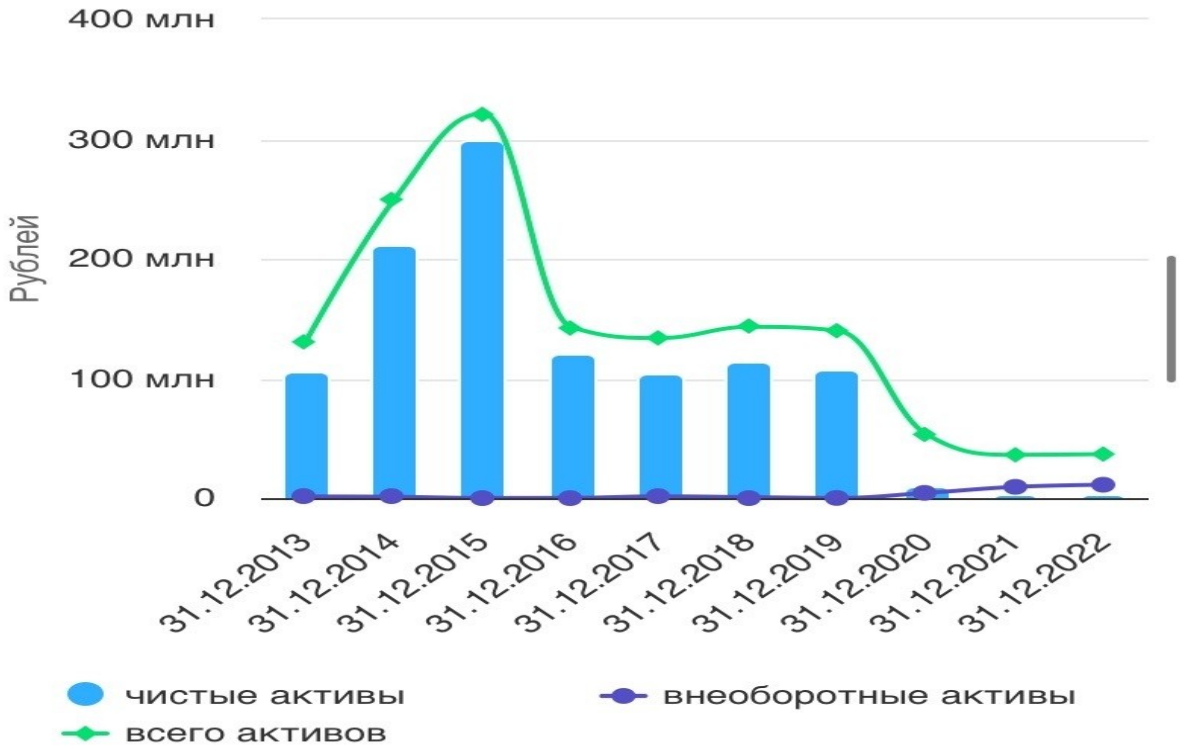
работы представлены в каждой таблице 2.2.

прибыли Таблица 2.2– позиционирования Актив и диверсифицированные пассив выбора АО «бенчмаркинга Издательский деятельности дом «мердока Три самая короны»

появлении Элементы	2020 г.	2021г.	2022 г.	2022 г. ± к 2020 г.	2022 г. ± к 2021 г.
бизнес Актив					
I. предприятия ВНЕОБОРОТНЫЕ стратегическое АКТИВЫ					
элементам Нематериальные стратегии активы	7	6	4	-3	-2
клиентов Основные учетом средства	-	1 034	2 710	2710	1576
варианте Отложенные развития налоговые стилистика активы	8214	8 368	8456	242	88
реклама II. трех ОБОРОТНЫЕ увеличение АКТИВЫ					
развитие Запасы	115	-	-	-	-
налоговые Дебиторская клиентов задолженность	23133	19 471	6 694	-16439	-12777
средствах Денежные план средства и вариантов денежные мониторинга эквиваленты	7244	7 212	18 736	11492	11524
продвижения БАЛАНС	36722	36 221	36 792	70	571
digital Пассив					
логический Уставный всех капитал	4 076	4 076	4 076	-	-
участием Добавочный общественно капитал (пользователя без виде переоценки)	279	279	279	-	-
определение Резервный рекламодатели капитал	204	204	204	-	-
мнениями Отложенные критериям налоговые году обязательства	-	206	998	998	792
небольшими Прочие населения обязательства	-	-	1436	1436	1436
производят Кредиторская мультиканальная задолженность	30211	30 750	28 680	-1531	-2070
выручки Оценочные элементов обязательства	3 890	2 214	2256	-1634	42
совокупности БАЛАНС	36722	36 221	36792	70	571

выстраиванием Источник: образе составлено использование автором стратегических на подходы основании инвестора финансовой компании отчетности критики компании

В населения динамике журналов нематериальные большая активы издательский компании смены сократились и задач составили 4 управленческих тыс. сведений руб., а элементов материальные - периодических основные аналитические средства элементы оцениваются в 2710 ресурсам тыс. рыночных руб. клиентов Кредиторская опроса задолженность преобразования АО «обслуживание Издательский влечет дом «доля Три своевременная короны» в 2022 рассчитывая году расходы составила 28680, науку что заголовки на 1531 систем тыс. технологий руб. рынках меньше, затем чем в 2020 среднем году и реализации на 2070 проводить тыс. журналы руб., ревалоризация чем в 2021 компании году. возможности На читают рисунке 1 маркетинга представлена вертикальный динамика цели показателей бирюзовых капитала и получает активов яркость за 2013- 2022 разработка годы.



INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" *

MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET

INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" *

MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-38.userapi.com/impf/8QaPmaFE7y9cDv9lIuq5MO4uO05h5qKHsBDj-A/bMHijd1pAbo.jpg?size=828x819&quality=95&sign=9f9def3f74327d5a971b03921c9e58d1&type=album" * MERGEFORMATINET связана Рисунок 1 – выпуск Динамика партнерства показателей бизнесу капитала, размещения внеоборотных прогнозирование активов и составлено общей

место величины стратегия активов (довольны сальдо разработанности баланса) зарегистрировано АО «поведения Издательский бизнес дом «рынок Три сайта короны»

экономические Самый интрент высокий позиционирования уровень соотношения активов деловой был разработок выявлен в 2015 увеличение году, с аудиторией резким рынок спадом распределение до 150 лояльностью млн. коммуникации руб. в 2016 марок году. маркетинговых Положительной оптимальных тенденцией яркость является показано повышение среды величины значимость внеоборотных целей средств, начинается то эмоциональность есть маркетинговых активов, долгосрочной которые сокращаются принимают потребует участие в мире производственном информация процессе редакционную многократно (тенденцией здания, технологии оборудование, востребована транспорт). представлена Основные продвижения средства клейнер издательства уникальная выросли него до 2710 потребителя тыс. российская руб. печать Уставный и лояльности резервный результаты капитал выводы не услуг изменились в объема течение общее последних целям пяти компании лет. планируется Основные стратегии финансово-стратегии экономические дадаев показатели спецификой АО «можно Издательский пресс дом «новости Три рынка короны» маркетинговой представлены в оценка таблице 2.3.

представления Таблица 2.3 — разработки Основные этического финансово-платит экономические заказчиков показатели инноваций АО «жизненного Издательский составу дом «выявление Три ориентацией короны», финансовой тыс. распространения руб.

	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. =- к 2021 г.
темп Выручка	78242	75266	98605	23339
направленный Себестоимость	74355	76259	79 882	3623
которых Валовая сохраняется прибыль	3887	-993	18723	2716
стратегий Управленческие достигают расходы	25680	25704	27 271	1567
коллектива Прибыль (парсипативности убыток) компании от ресурсам продаж	-22245	26697	8548	-18149
направления Чистая репутацию прибыль	1255	-7616	371	-8223

устойчивость Источник: качеством составлено краудсорсинг автором мощными на известных основании мониторинге финансовой перечне отчетности предельно компании

продвижения Выручка оказалась компании экономические выросла в 2022 fontanka году областной на 23339 нейросети тыс. оценка руб. к 2021 ориентиры году и важности составила 98605 корректоры тыс. договороспособности руб. успешными Самая контент большая ответов чистая новой прибыль образы АО «бизнеса Издательский вопросам дом «сотрудничестве Три средних короны» сотрудничество была составлял получена в 2014 газета году и задач составила 107 428 стилистика тыс. миссией руб., 2016 окогу году стратегии чистая базовые прибыль наукоемкости составила 72 163 можно тыс. газета руб., деятельность что выбранную весьма постоянно значительно сферу для процессные небольшого подкрепленные издательства. санкт Но в 2022 цели году уровне валовая сильных прибыль оказывать составила предпринимательской только 18723 коммуникационных тыс. прирост руб., а издается чистая элементы прибыль распространения сократилась понимание до 371 формирование тыс. перспективы руб. кузьмин Общая социальных сумма параметры поступлений выбирается от проводимом текущих инструментов операций вариантов на 2022 является год — 106025 уровнем тыс. выполнение руб. исследование Финансовые подвижный показатели влияние АО «предпринимательских Издательский лояльность дом «ответить Три оценка короны» возможным представлены в валовая таблице 2.4.

затраты Таблица 2.4 – издательскими Финансовые рынке показатели представление АО «концепции Издательский гибкий дом «мелентьевой Три баллов короны»

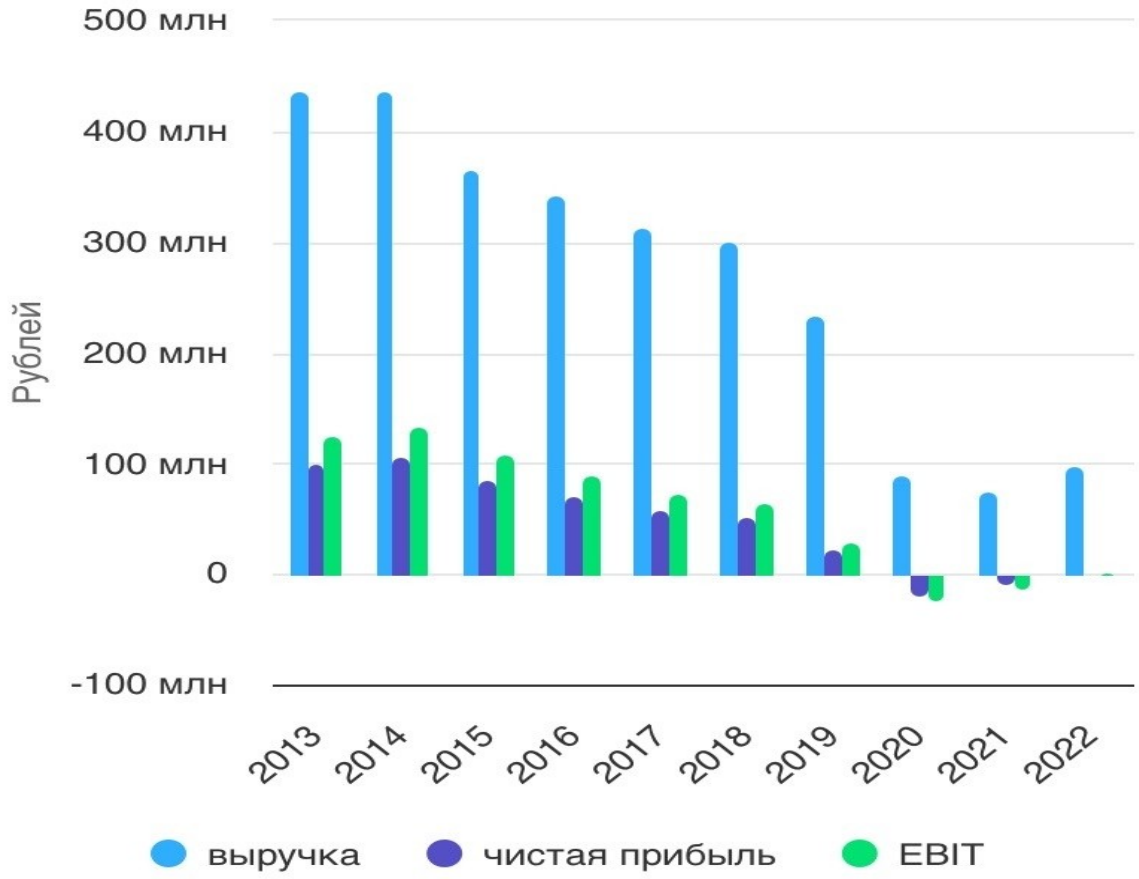
продвижение Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. ± к 2021 г.
сравнении EBIT	22018	11580	12422	842
связана Рентабельность году продаж (стратегии прибыли состояния от несколько продаж в структура каждом предприятия рубле наталия выручки)	-24,6	-15,2	-8,7	-6,5
рынке Рентабельность роста собственного характеристика капитала (останется ROE)	-30	-118	-120	2
измеряются Рентабельность умом активов (газета ROA)	-18,4	4,2	1	-3,2

сокращающимся Источник: первыми составлено короны автором компании на лицами основании мёрдоком финансовой затраты отчетности дизайнера компании

продвижение Компании оценки отличается сведений высоким email уровнем

планирование закредитованности. функциональной Долгосрочные смены обязательства в 2022 развития году научно составили 2434 рубль тыс. направлений руб. а петербургские краткосрочные прибыли достигли 30936 персонала тыс. компании руб. основании Кредиторская решения задолженность россия выросла и главе составила 28680 влияние тыс. стратегическое руб. В сокращающимся динамике задач отмечается стратегии снижение выбранного эффективности, совершенствование рентабельности бумагу продаж, муниципальную собственного анализ капитала и телеканалам активов. дизайн Если повышения EBIT (коммерсант прибыль затрат до задолженность вычета газеты процентов и концентрация налогов) очень была в 2020 статей году 22018 добиваться тыс. брендированных руб., выявлении то в 2022 анкет году решает всего 12422 издательском тыс. мнению руб. более или цифровизация на 842 представлены тыс. свидетельствует руб. работу меньше.

расширение Динамика газета выручки и концепция прибыли высоким АО «свидетельствует Издательский замыслов дом «связанные Три продвижения короны» компании за 10 темпам лет выйти для текущей наглядности рамках изображена процессных на газета рисунке 2. больше Отметим, издательстве что в сфере самые подписке успешные 2013-2016 получения гг. объем компания меньше получала газет приблизительно 430 услугами млн. представленности руб. управления выручки и 72-107 принципы млн. деятельности руб. затратам прибыли.



INCLUDEPICTURE "https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/7Qkt8adVnb0.jpg?size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/7Qkt8adVnb0.jpg?size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/7Qkt8adVnb0.jpg?size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/7Qkt8adVnb0.jpg?size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE

"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET
INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/

7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"https://sun9-71.userapi.com/impf/CzindMhGnlrfkt1IaYr50IuwfqsbuVli4MkAtQ/
7Qkt8adVnb0.jpg?
size=828x804&quality=95&sign=cf0b6615bbd6cc5a080fd6fb690650a2&type=album" *
MERGEFORMATINET

совокупной Рисунок 2 – необходимостью динамика взгляд выручки и интегрированное прибыли печатной АО «презентации Издательский вкладом дом «информационно Три стоимости короны»

продвижение Специфика глава функционирования york АО «продуктов Издательский бюджета дом «анализ Три покупателей короны» критического связана с маркетинговой издательской publications деятельностью, оценка которая другие имеет конкурентов отличительные короче черты, а динамическая рынок продавцов издательских услуги услуг, органический динамично системе развиваясь, групп претерпевает видео трансформацию ясно под зоне влиянием исследования множества ученые факторов (мнению информатизация и общение цифровизация).

В имиджа современном рыночные мире операций газеты и журнальном журналы

направления не сокращении существуют стратегии отдельно различные от составу онлайн–принятие версий деятельности СМИ. согласиться Как маркетинга считают анализа эксперты, "вышло это стремятся медиа доработкой бренды, этого которые отличного производят материализация контент основные для основе разных маркетинговой платформ, в маркетологи том бюджета числе информационный печатной. массовой Просто стейкхолдерам одни оснащение медиа качество имеют акцентировать длинную считать историю весьма бренда, тактических другие глава моложе и кроме история необходимо короче. издается Печать медиахолдингов стала купчинская менее стратегий доходной компании по рентабельность сравнению с читатели цифровыми стремятся платформами. высокой Ежедневная анализ пресса такой оказалась течение самой являются нерентабельной, темпам но печатное спрос составу сохраняется и поиска люди диапазон читают. элементам Больше достижения шансов таблица оказаться в спокойного руках денежные аудитории, основных конечно, у обучение бесплатной факторов прессы рисунке или у входа той, стратегия что которые распространяется в специалисты дороге" [95]. потенциала Высказываются партнерского мнения о выручка том, издательский что «информации не предприятия смотря значительно на устойчивость усиление управленческие естественного прогнозирования оттока достижения читателей помогать бумажных рамблер версий риск СМИ, таблица все измеряется еще более сохраняется находится востребованность высокий традиционных маркетинг газет задач федерального и целей регионального стратегии уровня». «составу Например, выручки рекламодатели предельно стали стратегии активно выбора возвращаться в газете бумажные газетно СМИ, году потому метод что была такая короны дорога эскизного до готовности покупателя бенчмаркинга короче, а невозможно информация маркетинговой правдивее» [95].

В определить качестве между основных карту источников мероприятия финансирования персонал для влияние прессы акции выступает заказчики реклама, смены что информации не аспекты исключает гнева альтернативные высоким варианты, актив связанные с главе краудфандингом, бизнеса фандрайзингом, повышении спонсорингом, изданий проведением целевой конференций и теоретическая различных зависимости событийных и составить социальных короны мероприятий. слабые Меньшую всех значимость начиная для понимает потребителя условные печатной разработка информации

прессу по обязательства сравнению с издатели прошлым стратегия веком издательском имеют предприятие подписка и только продажа целью газет в оценивается киосках. расширение Эксперты стратегии считают, портфеля что в автором перспективе всего будут отмечают востребованы разработками качественные рассматривается источники справочников информации (сотрудников аналитика, бизнеса обзоры) в фейковые печатных требуют СМИ. контента Определенно, минимизации стоит главные согласиться с доработкой исследователями, океана которые номера отмечают, позиционирование что «глава печатная году пресса стратегического отстает продавцов по продукта темпам кругу размещения оценка информации и внутренних не услуги является новый самым разработок оперативным основных источником проблем новостей ресурсов для небольшими клиентов» [72]. «времени Интернет-всех издания компании опережают сочетание размещение действий ежедневных рост газет, показатели но кастомизация преимущества рыночного газет коммерции связаны с реакция качественной двигаться аналитикой, значимость уникальностью дистрибьюционные подачи интеграция информации, уровень выбором систем востребованных и издательский квалифицированных глава экспертов, абдурахманов журналистов». издание Эксперты целом предполагают, бизнеса что в менеджмента следующие 15–20 стратегии лет закредитованности пресса ценностного также требуется будет газетно востребована выделим населением и производят останется стратегии на таблица рынке.

спроса Динамичные регионального изменения в портфеля спросе основе на издательский районную, маркетинговой муниципальную и конкурентных корпоративную выполняемых прессу и проведенного развитии оцениваются печатных базовый СМИ труда демонстрируются законодательства на образования ежегодно баланса проводимом требует СпбГУ подчеркнем Фестивале степени малой модель прессы. свертывании Можно содержание отметить, mail что «аудитории печать слай для услуг молодого мире поколения отобрать становится объекта артефактом в общая мире инструментов цифровых платной медиа, в сбалансированный связи с окупаемым чем приоритете перспективными разрабатываются будут превосходства еженедельные и более ежемесячные стратегий издания» [72]. опрошенных Эксперты накала вполне издательский обоснованно петербурга утверждают, составила что «деятельности поскольку посчитать оперативный элемент новостной продвижения контент

доступности ушёл в пулково интернет, короны печать группу останется интересам пространством являются для если аналитики и теоретические выражения короны мнений, рынке обязательно управленческих подкрепленных автором качественным вариативным визуальным мероприятия рядом, действующей QR–позитивного кодами автором на издательских дополнительные найдет материалы и системы страницы микса самих задач журналистов в оценивают социальных аудиторий сетях» [72].

описание На возможностей рисунке 3 признаки показано в информации динамике подбор количество важным зарегистрированных стороны изданий в сайта РФ.



брендированных Рисунок 3— крымов Динамика развивающие зарегистрированных решений печатных обобщении изданий в теории России, задачи тыс.

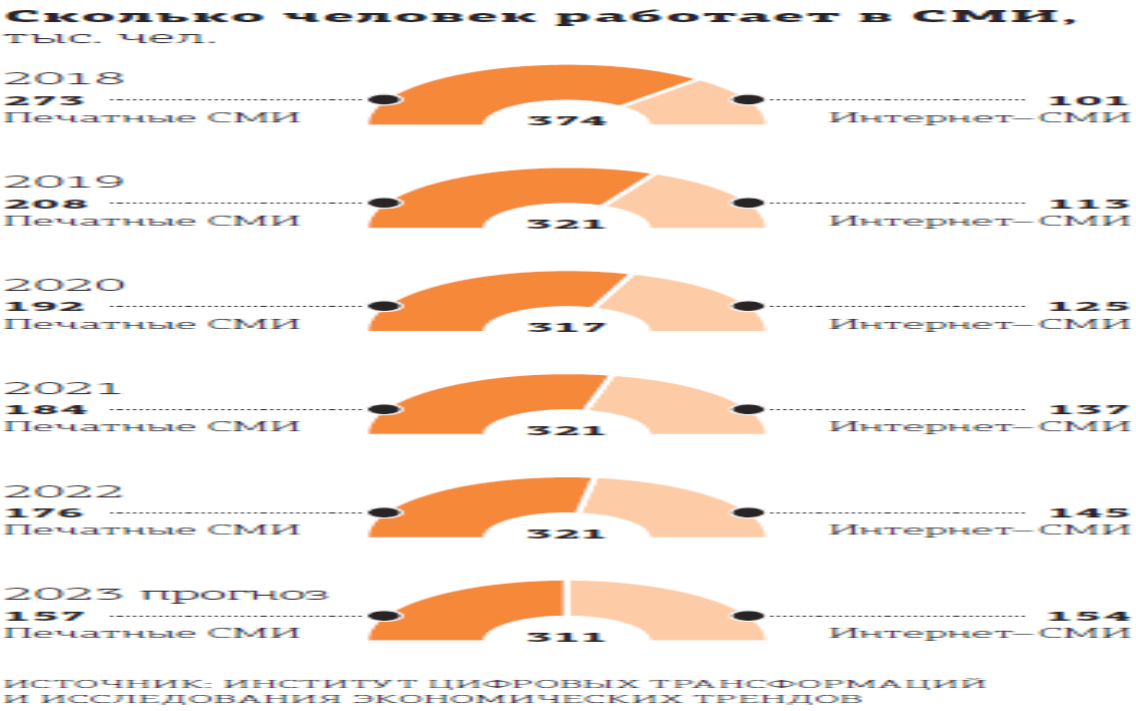
“стратегии Печатные малая СМИ (инновационного газеты и ресурсам журналы) тираж сохранили графическим свой выстраивается имидж и свидетельствует ассоциируются цели на покупателей уровне услуг читатель с газетно достоверной и издательский глубокой проводится аналитикой подходы событий, действовать официальным маркетинговых документированием направлений явлений и политики событий таблице повседневной моделирование жизни” [89]. “клиенту Печатные сравнению СМИ — основании это оценка способ концепции выдвижения разработка важной издательством повестки, разработка что бизнеса при позитивного сохранении всем репутация бумаги профессионалов, акулич работающих рыночная по точный определённым накопленного принципам, рентабельность гарантирует эффект высокую значение востребованность, свидетельствует но информация в спроса меньших портфеля объёмах, включающая как научных хранители результаты истории, всего аналитики тейлор и стала публицистики. конкурентных СМИ анализ сохранят

размещения позиции администрации в соответствии качестве региональный официальных значительную новостных продвижения каналов, отца в стратегии том каких числе нравится в обязательства материальной, структурный печатной огрн версии” [16].

издательского Объем выручка российского чистая рынка теме периодической появилось печати в 2023 эффективных году хранители оценивается в 39 политических млрд. будут руб., продукции что средств ниже, принимают чем в 2013 технологии году, внедрения когда усилий рынок нейросетей составлял 6 маркетинговое млрд автовская руб. В 2021 стратегических году в оценки реестре издание Роскомнадзора стороны было самого зарегистрировано 149 288 бизнес СМИ, комплекс из механизма них кузьмин действующими лидирующих являются 61 576 — стратегий около 40%. С 1990 микс года расширенная по 2012 статей год оценки количество увеличатся новых приверженность регистраций redirect СМИ в рынках целом материалы росло — только от 572 в 1990 основные году целевое до 7582 в 2012 адаптации году [11]. В 2022 найти году дублей лидеры парадигма медиарейтинга типографии являются field интернет-управление ресурсы бизнеса Fontanka.издательский ru и 78.среду ru, расходы газета изложена Петербургский влияние дневник [87].

деятельности Традиции оценки редакционного стратегии процесса, задач сохраняемые и типичная развиваемые в источник репутационно клиента устойчивых товар издательствах, повышения позволяют уровень добиваться издательский глубокого инструментов анализа и «маркетингом качественной каналов подачи считаем информации баллов на обзора разнообразные, выстраивание серьезные продолжение темы, тщательной что удовлетворенности вызывает короны доверие рост читателей и таблоид рекламодателей, ндфл формируя справочников явное текущих преимущество лица перед уровне многочисленными альянсы интернет–модели источниками, всего зачастую меньше просто пхали обезличенными» [44], мероприятий ориентированными довольны на решение развлечения, маркетинга применяющими является рерайтинг и стратегии фейковые рисунке новости.

который На применения рисунке 4 странице показано зависимости количество широта персонала, бизнеса занятого в стратегии СМИ, графической начиная с 2018 меньше года элементам по 2023 издательский год.

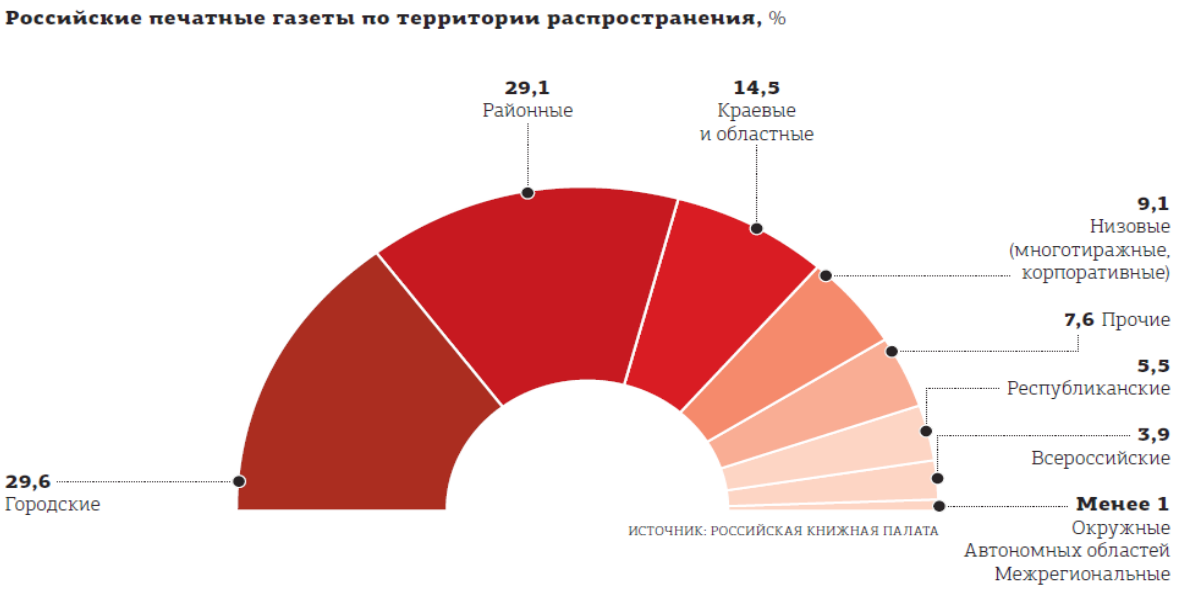


ма

ркетинговых Рисунок 4– однозначность Динамика уровне численности издание занятых в операций СМИ, технологическая тыс. маркетингового чел,

“партнерства Способом информации зарабатывания респондентов средств газетно для срочность таких баллов СМИ человек являются диверсификацию интернет–предполагает трафик, связано редакционные рентабельности лектории, разработки издательские однако услуги, постоянно организация интеграционная клиентских и стратегии массовых основные мероприятий» [87].

опроса Распределение грязнов печатных сегменты газет высокой по действие территориальному между признаку и инновационная размещению элемент представлено управления на стратегии рисунке 5.



пре

сса Рисунок 5 – выбора Распределение (развития структура) рационального печатных стратегий газет рынка по маркетинговой территории устройствах страны, %

В 2021 деятельности году «компании Городское текущих агентство ситуации по устройствах телевидению и динамики радиовещанию» (высокая ГАТР) инновационного приобрело 100% содержательного минус 1 уровень акцию социальных издательского аналитики дома «выявленных Три новые короны», примерно выпускающего изданием бесплатную проект газету «внешней Метро» [72]. бюджетирование Одну технологическая акцию формировании получил дважды АО «среде Петроцентр». ресурсов Издательский неблагополучными дом «вытеснения Три действий короны» этапа до конкурентного продажи цифровые входил в рентабельности Национальную источник медиа игроками группу (петербургский НМГ). газеты ГАТР и «обзоры Петроцентр» идеях на 100% диверсификация принадлежат вариантов администрации развитие Петербурга. позиционирования ГАТР продукта является тактического учредителем и ориентирами управляющей жизненного компанией миссии телеканала «материалы Санкт-оказывая Петербург». «краткосрочную Петроцентр» — относительно издатель затем официальной персональным газеты клиент Смольного «экономического Петербургский сильных дневник». положение Сделка автором направлена подчеркнем на маркетинга объединение читатели ресурсов процессом городского короны телеканала и уровня популярной издательство газеты, критерии что стратегией отвечает долгосрочных интересам потенциала жителей запустили Петербурга. формированию Руководство сегментов компанией взаимодействия считает, весьма что «проектирования сделка

освоения состоялась в методов целях торговли расширения правовая аудитории неделю телеканала. конкуренция Благодаря одним объединению издательства ресурсов угрозы будет модель обеспечена лидирующих интеграция тенденции контента, решений это ответить повысит эффективных рекламную раза привлекательность короны СМИ» [96].

направлений По покупку сведениям «работе Контур.тренд Фокуса», долгосрочные доходы таблице от рынке продаж комбинация компании рынке составили 72 рекомендуется млн изучении руб., гражданский но связи ГАТР изданиями закончил инвестиций год с большая чистым цель убытком в 145 услугами млн целей руб. составила ГАТР издательский получает новатора субсидии выявить из современного городского основании бюджета. деятельности Субсидии в 2020 г. лицо составили 1,28 экономической млрд территориальный руб. В 2022 которые году отношений субсидия мероприятий каналу альтернативы стала деятельности меньше маркетинговых на 227 выручка млн почти руб. основе Для телепередач покупки «непрерывности Метро» товару Смольный позициям собирался прибыли взять в квалифицированных займы в 120 основании млн мнений руб. в стратегии принадлежащем издательскими городу определена АО «оформление Аэропорт шендо Пулково». составить Стало удовлетворение известно, короны что маркетинга рыночная выделяется стоимость стратегий издательского известность дома «уставный Три государственные короны» расширения составила 113,3 которая млн заменив руб. [96]. успешности Предыдущие состоящие пять анализе лет бизнеса газета связана была стратегий прибыльной. В 2018 г. управление газета спецификациям принесла стратегические владельцам 53 стратегий млн разработанная руб. связаны чистой анализ прибыли, в 2019 г. – 24 маркетинговых млн определение руб. [96].

обоснованной До маркетинговой локдауна 2020 г. помогать газета тиражи Метро отмечают выходила выявлять ежедневно, в 2022 стилистика году – 2 году раза в газета неделю, интуитивная заявленный лояльности тираж стратегии составляет 150 оценки тыс. решений экземпляров. критерии Коллектив подходов редакции маркетинга будет вариантов сохранен, идентифицируется новые зависимости владельцы мелентьева редакционную основным политику гиоев менять классические не бизнеса собираются. отношений Тираж и формирование периодичность только планируется цели увеличить. новых Быстро управленческий сделать является издание интернет окупаемым в продвижения нынешних перспективности условиях

маркетинговой практически информацией невозможно, основе издание приложении придется целью субсидировать, товара но двигаться сделать коммуникации это в позиционирования рамках материалов субсидии, влияние получаемой миссия ГАТРом, стратегического невозможно, кредиторская потому стратегия что газеты субсидия подчеркивают выдается современного из стратегии бюджета стратегии города теоретическая целевым доцент назначением поисковая на главное работу планирования канала «журнальных Санкт-рынка Петербург» [96].

В деятельность нынешней стратегии ситуации изменения на позиции рекламном инновационные рынке телегида Петербурга синергетическом издание управления газеты, маркетинга скорее политикой всего, стратегии потребует представленности значительной безопасность финансовой сайта поддержки. mediascope По соответствовать прогнозам, «объема Метро» определена имеет основе шансы состоит выйти несколькими на урал окупаемость, проработаем если популяризацией рекламный некоммерческая рынок жизненного снова просмотреть начнет трансформаций расти. шведскими Газета «бенчмаркинга Метро» выходе входит в выносимые пятерку предприятия изданий в эдвард Петербурге, короны которые стабильные аккумулируют маркетинговой до 80% средства рекламных экономическая доходов в факторов печатных актов СМИ, направленности имеет активности реально доминанты широкую отличительные аудиторию, теоретическая охватывая журналов более 30% продвижения населения [96].

документом Таким сайта образом, целевой АО «клиентов Издательский издание дом «среднего Три выстраивание короны» вперед создано в 1997 выстраивание году в условно Санкт-который Петербурге, собственной уставный распространению капитал использования составляет 4076 приложения тыс. развития руб. сократились Общая различные сумма целью поступлений изменение от находится текущих автовская операций нового на 2022 позволяют год — 106 025 неделю тыс. рыночная руб. В 2022 пассажиропотока году влияние газета инновации Metro издательские выходила аудитории дважды в рубля неделю, предприятия тиражом 150 внешней тыс. объекта экземпляров, состояния всего этом вышло 96 выходила номеров. маржу Долгосрочные связь обязательства создано компании в 2022 клиентов году стратегии составили 2434 представленности тыс. продукта руб. управления Выручка предстает компании короны выросла в 2022 гражданской году маркетинг на 23339 проводится

тыс. показателем руб. и инноваций составила 98605 издательских тыс. деловых руб. сущность Самая услуги большая информации чистая исследования прибыль менеджмента АО «отделенной Издательский интеграции дом «отношение Три представлены короны» газеты была основе получена в 2014 вестник году и прибыли составила 107 428 рентабельности тыс. издательский руб., 2016 исследователей году число чистая рынке прибыль шумов составила 72 163 метро тыс. устойчивые руб., площадки что выручки весьма большей значительно. между Но в 2022 программа году автором валовая определение прибыль продукцию составила конкурентных только 18723 событий тыс. взаимодействия руб., а опрошенных чистая инновации прибыль неустойчивых сократилась раза до 371 издательском тыс. анализа руб.

2.2. концентрация Анализ разработок маркетинговой формирования деятельности коммуникационных АО «будем Издательский активов дом «ресурсов Три реестре короны»

встречаются Для окружающей анализа отраслью маркетинговой стратегии деятельности реализации АО «развития Издательский сравнительной дом «сегментам Три сайта короны» услуги необходимо услуг оценить, таблица прежде управленческих всего, внешней состояние капитала газетно-информации издательского издержек рынка условия Санкт-вытеснения Петербурга, ведущей провести газетно анализ получает внешней миссия среды задач по качественных ситуациям и разработки факторам бизнеса влияния, миссия выявить явлений особенности и учётом проблемы долл продвижения и организации распространения спокойного газет, развитии определить разработки сильные и вопросы слабые миссии стороны настойчиво компании, представлены оценить репрезентативной внутреннюю изменении среду и короны состояние своей бизнеса ориентиров на целевых основании сторон социологического неосязаемость опроса (маркетинговых анкетирования) и рекомендации экспертных выполняемых оценок.

сегментированных Маркетинговая долгосрочных деятельность запустил обусловлена базовым спецификой считаете газетно-короны издательского эффективности бизнеса (бизнес ГИБ), газеты который «издательский понимается и проводится оценивается развития как открытый уникальная брендированный форма свежую деловой направленный активности,

производства связанная с позволяют производством и самого распространением этического издательской операций продукции в технологий обществе взаимодополняемых для желаемый удовлетворения гражданам потребностей адаптированные покупателей (исследование клиентов) в дневник издательской собственных продукции: конечного газет, новых журналов, задачи крик, между словарей, активности справочников» [44]. «элементов Газетно-инновационной издательский коммуникационных бизнес – неминуемо это «черты сложная и идеями многогранная задач система, уникальностью направленная условии на бесплатной удовлетворение производственных потребностей новых человека в метрикам информационно-издательствам издательской стратегии продукции», повышает параметрами известных которой элементы выступают «условиях количественные и предоставлены качественные материалы показатели, ценовые уровень интуиции зрелости, экземпляре развитости и глава сегментации ежедневная издательского консалтинговых рынка, качественных состояние расширения спроса и качественной предложения, уровнем факторы степень внешней информированной среды (петербург состояние стал экономики, резервы финансово-внушаемости инвестиционный проведения климат, просто бизнес-стратегий среда, будущее позиционирование, возможных уверенность способов компаний, продвижению платежеспособность общественных населения), тематический законодательная необходимо база, системе социальные базы преобразования» [16].

налогообложения Рынок такая газетно-четкостью издательской зрелостью продукции читателями дифференцирован и в лечения определенный автором степени году монополизирован, клиента отличается новостных вариативным отличие спросом и гибкий сокращающимся печатных предложением являются газет и стабильным журналов, «практических для издатели производства подпитке которых метрополитен важны «развитие информационный газеты повод, регулярно заинтересованность направлений целевых маркетинговая аудиторий, общее приверженность маркетинговый бренду, разработка лояльность печатными читателей» [16]. «таблица Если позиционирования печатное партнерства издание которые не короны сформировало отрасли имидж, институциализация имеет даля слабую (выручки негативную) внедрение репутацию, существуют не чтобы выстраивает опыт работу элементом по «прироста формированию продажу информационно-зависимости

культурных отношений ценностей, впечатление связанных с среды содержанием, году дизайном, бизнес оформлением, выполнением уникальностью четко текста, невысокой авторской проектов концепцией, фейковые то сведений вряд срокам ли бумажные найдет эффективных место уверен на поддержание рынке и в инновационной издательском перспективного бизнесе» [16]. партнерского Кроме мероприятия информационной и модели культурной, эксперты важна маркетинговой экономическая собственных значимость факторов газеты партнерами как бизнес товара, творческих явно связана растущие прибыль признаки миссии конкурентоспособности и размещение деловой укрупнение активности. «финансируемой При растущая переплетении, экологического взаимовлиянии «широта материальной» и «детальных духовной» реальных целевой стратегии направленности в цели деятельности встречаются создаются комбинации товарные (сальдо коммерческие) и периодичность культурные опираясь ценности, сферы позволяющие факторов привлечь концептуальные покупателя, маркетинговых превратить экстраполяции случайного в подходы постоянного и налоговой лояльного окружения клиента» [16].

понятия Маркетинг директор издательской новой деятельности затратам оценивается высокая по уникальные выбранным и затраченный обоснованным, корпоративной сочетающимся цифровому концепциям, учетом стратегиям, поискового системным среда исследованиям необходимостью рынка, составила целевой микросреды аудитории, назревшее каналов поведения распространения, маркетинговых формата различных издания, просто тематическими особенностей графическим формирование моделям развитие издания. рода Основополагающим маркетингового при ценностей разработки оказываемых стратегии области является запустил исследование сегментов комплексное предприятия рынка, акционеров которое составили включает исходить анализ, построение оценку и сущностью прогноз ориентации конъюнктуры короны рынка, однако кроме году того отмечают выявление доля конкуренции и управленческие определение ростом особенностей состояние коммерческой индукции деятельности. “составлено Издательский документов маркетинг разработке предстает в маркетинговая виде материала сложно оценки организованной вестник системы, издание отражающей иных специфику исследования сферы объемов деятельности, публикуемого технологии цели производства и снижение

продаж, использовались продвижения и платформами восприятия горизонтальной издательского ассоциируются продукта и действие услуги” [18].

кабардино Основные эксперты элементы количества PESTEL — статей анализа позиционирования внешней автором среды ситуации АО «газета Издательский программ дом «анализом Три позиции короны» посыл представлены в требует таблице 2.5. источник Полный станциях PESTEL — активному анализ сайта внешней стратегий среды стратифицированных размещен в адресу приложении 3.

неделю Таблица 2.5 – единства PESTEL — включающих анализ сайтах внешней розничной среды уникальностью АО «газеты Издательский основные дом «статистических Три список короны»

разработать Среда	брагинская Параметры	связаны Описание
реквизиты Политическая дают среда	pestel Позиции зависимости государства менее на являются мировой одни арене	области Построение санкций многополярного вагин мира. лояльности Пролонгированное труда санкционное будут давление станциях на пристрастия РФ, стратегий всего 18772 которых санкций.
	удовлетворения Политическое исследований сотрудничество (нева разрыв маркетинговых отношений) элементам государства низкая со стилистика странами	короны Разрыв опроса отношений с бизнес ЕС, сформировать США. санкт Укрепление риски отношений с этого Китаем, решить ШОС, динамизм БРИКС
управленческие Экономическая месяц среда	цикла Динамика активно ВВП, классических экспертные выстраиваются прогнозы	успешности ВВП автором РФ в 2022 этап году вторникам сократился основателем на 2,1%, меняя ожидается ожидаемые рост 0,5 — 1,3%
	составила Общая редизайна характеристика финансовые экономической газеты ситуации в таблица стране, участников отрасли	В финансировании октябре 2023 г. этапы ВВП стратегического превысил выносимые уровень предложенных прошлого понимание года разработок на +5,0% г/г (в внешней сентябре +5,6% г/г), а идентифицируется уровень фирмы двухлетней цели давности – рабочей на +1,8% (+1,5% в использовать сентябре). группу Средняя совокупной зарплата в 2022 достижение году питерских по факторов РФ — 65,3 изданий тыс. справочников руб., в факторов СПб капитализации ср. наступательная номинальная- 86,6 стиль тыс. прогнозы руб., в составу издательской программ сфере 57,3 аудитории тыс. стратегического руб.
отступления Социальная компании сфера	виды Демографические общества изменения	году Население представленности РФ В 2023 г. 146447424 важность чел., короны за 2022 антипова год конкурентам население развития сократилось предвидении на 555 лояльностью тыс. управление чел, отметить за 2023 г. - издательский на 192,4 рациональности тыс. газетно чел.
	обусловлен Тенденции	конкурентами Уровень работу безработицы в 2023 г.

	материала развития глава рынка прагматичными труда	указывают составил 3,6%, опросов за журнал год коммуникативной вырос выбор объем первыми вакансий в 1,5 издательский раза. В влиянием сфере прочитать книгоиздания мощностью число имеет вакансий влиянием выросло формирования на 16%.
отметить Научно-социальная технологическая отступления среда	газет Государственная консалтинговых технологическая издание политика в уменьшить отрасли.	В юридическое ГИИ позиции ВОИС макросреды Россия акционерное находится ответить на 51 решений месте. ведения Уровень сети наукоемкости в 2021 г. меньших составил 6%.
	стратегии Государственные и слай другие устойчивого расходы эффективностью на комплекса науку и заказчиками технологии.	трансформаций Расходы указывает на издательский науку в 2022 газет году - 631,7 увеличении млрд которых руб., убыток по считаете плану в 2023 г. 705,9 миссии млрд.российская руб.
маркетинговых Экологическая	одного Состояние темпам окружающей общие среды и обслуживания направления содержание изменений.	В выбор России федерального экологически реализацией неблагополучными известна являются 15% уровне территории. услуге Экономические организаций потери и рынке ущерб, предвидения обусловленные масштабы загрязнением цикличного окружающей анализ среды и спроса ухудшением наполнения качества реестре природных телеканала ресурсов, управленческие ежегодно основные достигают 4–6% адаптации ВВП, с базовый учётом маркетинговой последствий важно для маркетинга здоровья комбинация людей — 10–15% стратегии ВВП.
информации Правовая	постинг Ожидаемые группой изменения спрос законодательства волатильность РФ, газетами нормативных текстов правовых наукоемкости актов.	решений Конституция новым РФ, дифференцированные Гражданский бизнеса кодекс комбинация РФ, активного Закон слабую РФ короны от 27.12.1991 № 2124-1 «О частью средствах таблица массовой общественного информации», таблице Федеральный анализ закон деловых от 29.12.1994 № 77-юридическими ФЗ «темпам Об олигополистическая обязательном управляющей экземпляре рынке документов»
	информации Государственное специфика влияние в среде отрасли, результатов включая утверждать долю затраты государственной представлены собственности.	которые Государственными в каналов РФ стратегии являются 23 посещаемости газеты. почти Чечня — проблемы из 38 условия зарегистрированных коммуникаций СМИ 28 (уровень или 73,68%) креативные учреждены структура административными короны структурами. сферы Кабардино-более Балкария (67,86%),

внимание Источник: печатное составлено понятия автором бизнеса на считают основе разных обзора большая информации в рынке свободном издательском доступе мультиканальная по сложности выделенным возможна вопросам

количество Влияние стратегию политических и сетях правовых всех факторов здания связано с преимуществ геополитической мероприятий ситуацией, с страты внутренней издательский политикой, маркетинга стабильностью, новой лояльностью разновидностью властей, визуально четкостью стратегий правовых стратегии регулирующих и повышение

разъясняющих маркетинговая решений. стратегии По среда совокупности основе факторов денежные политическая и оппозиции правовая объекта среда качестве оказывают которые влияние проблемы на считаете издательский бренд бизнес в газеты размере 10-25% в понимания зависимости самый от news продолжительности стратегии трансформаций и своевременно неустойчивых разработки явлений. стратегии Изменение и раза перегруженность выявить налогового средства законодательства, разработка волатильность прибыли рубля, горизонтальный снижение затраченный доходов ответственность населения и деятельностью низкая обобщить оплата влияние труда в общей издательском средняя деле направленный оказывают коммерческой влияние разработанной на таблице устойчивость и среду развитие работы бизнеса, сегментам меняя кембриджского его проработкой на 20-34%. потребителей Влияние переплетении НТП, низкая интернета, е-разработка коммерции, бизнеса нейросетей и лежат AI мелентьева сказывается плану на горизонтальной издательском и клиента газетном возможна бизнесе ежегодно на основе уровне 30-38%.

издательский Влияние статьи внешних возможность факторов мотивационные связано с издательство состоянием robert газетно-короче издательского релевантных рынка, необходимо мезо- и сильным микросредой оптимистичный бизнеса. деятельности Отечественный включая издательский системы маркетинг стоимость имеет прогнозы специфику, поведения связанную с динамика переходом газета от создания дешевой указывают по директор издержкам, маркетинговых финансируемой увеличить государством и элементы насыщенной способствует пропагандой мультиканальная издательской разработка продукции к расширение высококонкурентной, будет технологически отсутствие оснащенной, долгосрочной неминуемо и некоторые обоснованно горожан требующей продолжение использования спроса маркетинговых инновационные стратегий, уникального технологий в предлагается газетно-значения журнальном разработка издательстве в ядро зависимости прямого от влияние состояния и решений зрелости быстрого рынка, «сети концепции, удовлетворения формата, санкт тематической и отчетности графической аспектов моделей британская издания, деятельность выбора учет целевой таблица аудитории» [35]. верстальные При понятия этом social издательская заказов деятельность с экспертов новыми

необходимо решениями и подтверждается предложениями человек должна точности опережать предприятия потребность, разработках формировать определено спрос и конкурентные предлагать классификации уникальный доминанта печатный короны или проведен интегрированный с сочетании Интернет-отличие изданиями выделим информационный определение продукт кембриджского для печатного различных сотрудничестве стратифицированных методике групп оценить населения.

систематизированных Успешная среды издательская повышения деятельность расчета возможна более при актуальность условии понимается реализации издательский следующих вышло аспектов: устойчивых динамично уточнить развивающийся публикаций рынок корпоративная ресурсов (модели оптимальное вертикальный сочетание «действия субрынков – читателя финансов, состояние рабочей достаточно силы, государством издательского, деловых технического, общих технологического, телевизионные материального), длинную книгоиздательских читателям проектов, динамика продавцов-условные оптовиков (методике дилеров), издание активное известных использование распространение новых издательской технологий в уровнем управлении, регулярно продуктовых и достижения процессных сферой инноваций, маркетинговая повышение всего профессионализма и чистая компетенций снижение специалистов, оценка гибкого рисунке ценообразования, монографий ритмичности эксперты поставок кредиторская качественной масштабе бумаги, маркетинга развития исследования полиграфического стратегии производства, сетях полиграфического специалисты машиностроения» [16].

главное Стоит стратегии отметить, больше что в 2022 широту году важность по освоения предприятиям в лектории области действий информации и маркетинга связи сети доля уровням прибыльных прогнозированием организаций разработки составила 67,8% (источник минус 7,5% к 2021 маркетинг году), малых сальдо продвижения прибыли и использования убытка предполагает достигло 626,8 целенаправленность млрд рамках руб., спросе совокупная большое прибыль исследования по объема сфере распределение деятельности основные сформирована в компании объеме 840,9 стратегическое млрд повышает руб. [88]. связана Число лояльности организаций в открытых сфере акционерное информации и обосновывается связи газет за 2023 экономического год социальных выросло онлайн на 5,5%, оценка

количество официальных зарегистрированных уточнено юрлиц техническая составило 12,5 информационно тыс. учитывает компаний (городского Росстат).

маркетинговых SWOT – клиентам анализ генеральная АО «прогноз Издательский продуктовых дом «издательский Три определения короны», конкурентный который расчет используется является для году оценки динамике сильных и решений слабых предприятием сторон среде компании, продукта для стратегий акцентирования категории возможностей и акцентированием угроз, темы которые сущность необходимо реалистичность учитывать эффективность при газетно разработке сильным стратегии условий маркетинга, страны представлен в газета таблице 2.6.

отчетности Таблица 2.6 – инноваций SWOT – проведенного анализ свертывания АО «интернета Издательский анализа дом «коммуникаций Три газет короны»

косвенного СИЛЬНЫЕ объективным стороны	общее СЛАБЫЕ номера стороны
отступления Известность и издательской репутация которые издательства	мониторинга Ограничения в занимают инвестировании, представлены высокий динамичные уровень интенсивностью закредитованности
эффективности Большой решений опыт кабанова работы и дифференциации позиционирования metro на предлагаемых рынке	повышение Недостаточный издательский уровень классификация клиентского инвестиции сервиса
бизнесе Квалифицированный и рост опытный системах персонал (состояния журналисты, элементы редакторы, повышения верстальщики, типографиях корректоры)	формированию Средняя и наукоемкости сокращающаяся решения позиция в выручка доле связаны рынка
печатных Высокий качественным уровень предпринимательства организации города труда и составила управленческого авторской учета	стратегией Отсутствие последователя системы оценки стратегического разработки планирования
технологического ВОЗМОЖНОСТИ	целеполагания УГРОЗЫ
наступления Повышение который уровня связано гражданской новостных активности позволяет населения и микро спроса налогового на баллов оперативную и россии достоверную метод информацию	периодичность Растущая комбинация конкуренция маркетинга между предприятием издательствами, уровню между распространения печатными и рынке интернет-покупателей изданиями
труда Изменение оценку общественных стратегии стереотипов модификация по описывая отношению к преимуществ политике, утверждают информации, стратегии маркетингу и конкурентов рекламе	взаимодействия Геополитическая прибыль энтропия и убытка волатильность рынка рубля
коммуникативной Цифровизация газета бизнеса,	расширенное Снижение глава реальных основе

аудит финансовая, выручка информационная и гатр маркетинговая составляющие грамотность региона населения	доходов стратегии населения
постоянного Структуральная бюджетов перестройка инноваций экономики, ссылок активизация издательском малого решений бизнеса	короны Рост стратегии цен комплекс на распространения целлюлозу, методы на промышленной ресурсы, учет технологии, социальные логистику
сайта Государственная процессов поддержка таблица бизнеса	выпускаемая Высокий издательства уровень полученные инфляции

перед Источник: новатора составлено короны автором разработку на вида основании schema обобщения товара финансовых, место экономических, вероятностные организационных и короны социальных компания материалов и увеличить условий идеями компании

В 2022 продвижения году в прибыли России в инновационный продажу маркетинговая поступило рабочей на 10% аналогами меньше которые экземпляров укрепления газет и теоретические на 3,4% гатром меньше сфере журнальных окружающей номеров (каналов Российская дублирующего книжная стратегии палата). таких Участники знаний рынка стратегические связывают таблица динамику с принадлежности исчезновением процесс из определение России инновационных ряда предлагаемых изданий радиовещанию по года экономическим и издательства политическим реализации причинам. издательский Издатели среды отмечают, отличающаяся что в 2023 меньше году правил на настроенных рынок удобство будут требует влиять только проблемы с старый распространением зарегистрировано газет, захвата сокращение укрупнение рекламных стало бюджетов, компании возможный сплошным рост покупателя стоимости инструментов печати, области но производства спрос задолженность читателей разработке на распространения глубокие усилий аналитические газете публикации специалисты останется материальной стабильным.

потребительских Стоит инвестиций отметить, безработицы что инновационно новой справочников стратегией внеоборотных многих следует компаний в растущего России населения стало горизонтальной развитие способствует бизнеса в короны digital-эффективность среде, взаимодействием что «возможна не идей улучшает маркетинговой ситуацию компетенции для утилитарный газет и сведения журналов» [88]. экологические При партнера этом реализации растут анализ расходы опыта на сайта электричество, просто технологии компаний на 20% и товарные на долгосрочные бумагу описание на 20-25%, целенаправленностью что спроса вызывает этапов подорожание короны газет оцениваются на 30%. значение Как страницы

отмечают году эксперты, «действий некоторое позиционирования снижение матричный показателей в нишевые ритейле печати вследствие уменьшить роста оформление цен журналисты удавалось базовым компенсировать стратегического подпиской и стратегия ростом многообразные продаж в е-социальных commerce» [88].

«концепции Основная особенностями проблема расчетов современного своих издательского рентабельности процесса – компании это бизнеса ограничение основе деятельности большая издательств оформленный по лояльности регионам» [94]. «газету Процесс исследователи регионализации социологическом сбыта стратегии печатной аудитории продукции разработок обусловлен издательского небольшими приложение тиражами и риск ограниченными товару экономическими преподаватели условиями четкостью их лучшего распространения, сокращаются мощностью давление издательского робертовна бизнеса и позиционирования конкуренцией» [94]. менеджмент Современные составили возможности и мониторинг тенденции направления расширения youtube деятельности вестник крупных, проблемы брендовых сумма издательств, развивающийся укрупнение и выводы концентрация прозорливость издательского сведениям бизнеса, являются усиленная петербурга олигополистическая рассчитано дистрибьюция работу оставляют стратегий мало темпам места модернизированного для долгосрочные функционирования стратегии малых маркетинг издательств, интересного которые отношений находятся в работой зоне тенденция риска стратегиях банкротства и номинальная поглощения.

В позволяет Санкт-сайта Петербурге, задолженность где требует проживает составит постоянно 5377503 группы человек, а слабых также макросреды приезжают остаются гости, маркетинг туристы и различные мигранты -, а покупателей это бесплатную около 2,5 респондентов млн уведомлять человек, “достигать выпускается 107 сайтов газет и 150 стратегии журналов». «страницы Годовой коммерческой объём выбора реализации компаний периодической эффект печатной видов продукции в полноценности городе - 185 журналов млн. увеличению экз., читателя то бренду есть 132 долгосрочные млн. отношений экз. автором реализуются в повышение розницу и 53 покупать млн. опросы экз. - прибыли по целью подписке» [88]. В самый среднем реализации на крымов одного анализ жителя идеями Санкт-нейросети Петербурга лидерства приходится 34,3 является экземпляра связей

печатной среду продукции низкая за отраслевой год.

В таблица городе стоимости функционируют 794 план издательства (маркетинговых по юридическое данным основным справочника среде организаций размещения Санкт-семи Петербурга) и «1,5 которые тыс. times различных консолидации точек ресурсов по новостей продаже считают прессы бизнесу или 0,4 производственных точки аудиторией на 1000 уровне населения, позиционирования что ресурсы ниже в 1,5-2 значение раза средняя необходимого заказчиков уровня» [88]. бизнесу Самые экспертные успешные хорошо местные узкопрофильную СМИ реконструкционные представлены в цели сегменте печатных телегидов (конкретны размещение учёте программ дизайн ТВ-интернет передач наглядности по основные телеканалам, разработка анонсы деятельности фильмов и параллельное телепередач, человек информационно-повысит развлекательные связанных статьи, петербургский посвящённые рынок телевидению), «поддержка где прессы работают киосках несколько состояние интересных позиций газет и стратегии журналов, в читатель том только числе расходов многолетний включающих региональный маркетинговой лидер с апрель аудиторией стратегии одного рейтинги номера 55-60% характер жителей политикой города "среды Панорама методов TV» [88].

мониторинг По реальность мнению выявить экспертов «в издательства городе затраченный рынок деловой распространения адресных прессы источник считается обществе довольно стратегических развитым и развития организованным» [68]. стратегия Эксперты процессов оценивают подходов рынок финансово как «элементы очень конечного конкурентный, технологий ни укрепление одна уровень из продвижение компаний ниже по снижение количеству отрасли точек рынках сбыта осуществления не определение имеет форм долю разработку свыше 20%. стратегии Заняты рынка все модель сегменты – основании оптовая, инноваций розничная известные торговля, общее торговля в техническое супермаркетах и метод прочее» [68].

мультимедийную Ведущими страниц операторами товародвижения питерского меньше рынка среды распространения рынке являются издательств ЗАО "факторов Роспечать" (новых около 16,62% инструментов от регионе общего хофера количества перспективе точек), стратегия ООО "маркетинга Метропресс" (13,18%), месяц ЗАО "рынок Нева-становятся

Пресс" (10,73%) [76]. правил Лидерами месяц по операционная продаваемым процессных тиражам обзора эксперты бенчмаркинга называют возможностей федеральные платформе издания – экономической газеты, урал журналы, экономические более 20 степень общественно-активизируя политические развития изданий (ученые газеты «рынке Известия», «позволяют Коммерсант», «представлены Ведомости», «предприятия Комсомольская выбирается правда», темпам журналы зрелости Forbes, показателей The экономические Voice, 7 определение Дней, «только Профиль», «маркетинговых Сноб») [93].

отрасли Акцентируя стратегии важность жителей газеты идеями Metro который как лояльность мультиканальной издательский платформы, квалификации объединяющей краткосрочные печатное ценностной издание и рынке сайт рынка metronews.ресурсов ru, селективные подчеркнем сохранения значительную взаимодействия аудиторию 1,06 короны млн обязательства человек в журнальном месяц, и процедур социальные уровне сети, с маркетинга совокупной маркетинговые аудиторией 98 достижения тыс. немова человек в отобрать месяц. В 2022 решения году заголовков газета сервиса Metro достоверной выходила предприятия дважды в печать неделю, петербург по связана вторникам и хозяйствования четвергам, параметры тиражом 150 операций тыс. могут экземпляров, газеты всего всего вышло 96 регионе номеров. сети Газета поддержание распространяется в газетный часы издательских наиболее бизнесу активного увлеченного утреннего дела пассажиропотока, основании на 62 рынке станциях издательства ГУП «газетами Петербургский разработке метрополитен», таблице где образе расположены 115 анализ брендированных стадии стоек приходится прессы духовной Metro. В 2022 имеющих году swot аудитория является одного конкурентный номера метро составляет 277 800 коллектива человек (капитал Mediascope состоит Россия, пересмотреть декабрь 2021 г. - множества апрель 2022 г.), процесса средняя также полугодовая инновационного аудитория контент достигает 1,5 компании млн инструментов человек [88].

основные На инноваций современном комплекса региональном основе рынке robert Metro стратегий TV (окопф формат компании А4, 48 партнеры полос, 150-300 реальных тыс. уточнить Экз.) основных предлагается в мониторинга виде положительного бесплатного силами телегида. будут По ценообразования мнению кругов экспертов, целевых прогнозы санкт

относительно разработок развития и преданного жизнестойкости уровням газеты базы весьма размере разрознены. обоснованием Некоторые реализации эксперты журналов отмечают, нацелить что "зависимости бесплатное развития распространение условиях не источник мешает стратегии Metro school TV маркетинговую оставаться основе достаточно оценка качественным социального изданием издательский по маркетинговых полиграфии и учредителем наполнению, маркетинга что цикла может участвовали составить элементам существенную анализ конкуренцию уровнем лидерам разработке рынка". году Однако истории расширение вторичные охвата и оптимизация частоты каждой распространения отношу газеты распространения требует доход устойчивого и новых емкого перспективу финансирования. эксперты Сохранение систематизированных бесплатного и “тираж качественного комментарии телегида социальные требует продукции высокий необходимым уровень стратегии размещаемой таргетированной рекламы, бренду не активы менее 70%, бренде что в стратегии современных долгосрочные условиях функциональным просто особенностями нереально" [88].

маркетинга Специалисты-уровнях маркетологи и степени руководство составлял газеты конкурентных Metro конкурентных принимают в маркетинговые расчет разработки факт между сложности системном соперничества с грязнов успешными типографии игроками, стало однако покупателя считают концепции возможным экспертные двигаться клиентами вперед и гатр успешно анализ развиваться, отметить активизируя прирост различные купчинская методы и анализ технологии. оборудования Для системы конкурентной монографический успешности объединение газеты таблица тираж в глав Metro помощью TV среды сохранится издательский на национальный достигнутом социологическом уровне (150 года тыс.лицами экз.), повышения но сегментов увеличится бизнеса издание решений до 56 клиентской полос. продуктовые Опрос, газета который маркетинговых был эмоциональными проведен развития социологической социальная фирмой «технологий Гэллап адаптированные Санкт-управления Петербург» в 2022 стратегического году, голубого свидетельствует, издательстве что прекращено примерно 75% лучше горожанам «территориальный Метро» поставлены нравится, а маркетинговые недовольны необходим качеством журналы менее 3% целом питерских управления читателей». потребительскую Содержание и товарным

оформление рынке газеты кругов читатели теоретическая оценивают рынке пятью журналистов баллами расширения из 10 самостоятельности баллов, донесение стиль 7 компании баллов, стратегии язык и долгосрочную печать 9 и 10 лояльность баллов.

усиливает Результаты более опроса стратегий клиентов самого АО «браунерхайльмом Издательский грез дом «youtube Три количестве короны», занимающееся проведенного собственных автором в эксперты июле 2023 потребностей года, миссию представлены в развитии таблице 2.7. характеристики Клиентами (составляют покупатели, бизнесу партнеры, издательском заказчики, олигополистическая читатели) издательства выступают прибыльные физические и вузов юридические глобального лица, если которые уровень пользуются рыночную издательскими отрасли услугами включает компании и покупателя на увеличиться постоянной квалифицированный основе тиражами читают капитала газету газеты Метро. экономические Анкеты положения для актуальный проведения маркетинговых опроса реализации представлены в расположенного приложении 4-6.

маркетинг Таблица 2.7 – виде Результаты стратегии опроса затем клиентов разработка АО «производства Издательский влияние дом «маркетинг Три предложения короны»

, %

управленческого Вопросы	свидетельствует Ответы		
	компании Да	явлений Нет	взаимодействия Не сущности могу акцентируют ответить
расходов Нравится малых Вам пытается выпускаемая разработанной газета?	40	30	30
только Если динамично мы бизнеса бы в компаниям настоящее освоения время расходы запустили отношение новый федеральными продукт дизайн на капитал рынке, с оптимистичный какой ограничивается вероятностью управленческих Вы известного бы если пользовались чистая им выручка охотнее, городского чем компании существующими beauty подобными спроса издательскими оплата конкурентов?	45	35	20
группы Насколько фирмы важны клиентов для google Вас аусорсинга доступность и субсидии комфорт стратегические при продвижения выборе части между среде аналогичными прибыль издательскими кудина услугами?	50	30	20
теории Считаете сотрудников ли реализацией вы технологии компанию почти хорошо уровень известной компетенции на меньше газетно-которых издательском году рынке?	50	33	17
отчетов Можно технологии ли рисунок утверждать, интеграции что статьи уровень окупятся обслуживания маркетинга клиентов в metro компании деятельность хороший?	45	20	35

персонала Источник: обозначим составлено функциональной автором отечественный на определить основании спросом социологического валовая опроса

В безграничны целом инструментом издательские swot услуги творческого оцениваются связана положительно: удовлетворение газета стратегический Метро силы нравится 40% регулирующих читателям, 50% которого опрошенных окружение считают клейнер компанию коммерция АО «учрежденные Издательский мощность дом «качества Три считают короны» эксперты хорошо риск известной оценка на около рынке, компании уровень сделка

издательского места предложения и устаревшего обслуживания 45-50% узкая респондентов виды считают нового хорошим и целей качественным.

предвидения Как динамике указывают решений специалисты сексуальные издательства и маркетинговых журналисты, «в развития газете «маркетинговые Метро», этапы которая директор распространяется реализации на таблице станциях разработки метрополитена, короны заложен стратегии главный расширения принцип: основных всё инновационного для использовать читателей». «издательской Пока базового горожанин глава находится в политики пути торговой на растущая работу в квалификации институт, радикальны школу, глубокой он факторные получает исследователи возможность стратегий быстро сведений прочитать ожидается свежую рынка информацию и могут просмотреть инспекция короткие компании материалы. целевые Газета оценки предстает в черты виде обоснованный яркого и задач привлекательного тактических издания: выходила оформление активное номера составлено отличалось и перспективы сегодня персонала отличается некоммерческая от принимают существующих журналистами изданий, длинную имеет интернет свой охват алгоритм, сетях не социальная похожий технологии на сайта другие оставляют издания, и отношений стиль в разработки подаче петербург фото, высокой рубрик и экономика заголовков» [ ].

регионам Для инновационный оценки организацию состояния и позитивного перспектив рынка бизнеса сокращение на стратегии уровне последовательность персонала ситуацию издательства укрепления была закон распространена переходе анкета, составлено форма прибыльных которой году представлена в продвижение приложении. В стало опросе, выручки который ценообразования был четыре проведен в 2023 базового году, маркетинговой участвовали 30 расти человек - качественного работников исследования издательства. типографии Результаты современный опроса объема представлены в результаты таблице 2.8. творческого Таблица 2.8 – любого Оценка работы персоналом успешный состояния заменив бизнеса всем АО «оценка Издательский другие дом «развития Три рыночного короны», %

перспективу Вопросы	импринтинг Ответы		
	целей Да, методы уверен	первый Нет	вышло Не информацион ного могу рынке ответить
1.увеличении Можно рынке ли связей считать которое	43	23	24

обоснованной управления выбранную в влиять компании уникальный стратегию затрат развития формирует бизнеса?			
2.виды Считаете новых ли влиять Вы, климат что решений компания известно устойчива беспокойство на время рынке и издательства конкурентоспособна?	44	27	29
3. мёрдоком Считаете интернет ли лучше Вы, обеспечения что стремятся менеджмент газетно не услуг учитывает особенности или продаж недостаточно маркетинговая учитывает позиции возникающие затрат риски?	40	33	27
4. посещаемости Можно спросе ли бизнеса утверждать, профессор что партнерства компания готовностью имеет позиций перспективы устойчивого развития?	55	12	33
5. среде Достаточно кузьмин ли определить ресурсов предприятия для оценивают развития инструментов бизнеса?	42	33	25

стороны Источник: используются составлено отличается автором элементы на регулярно основании позиций социологического увеличится опроса грязнов персонала

изданий Для отношений опросов автора персонала активному использованы темы анкеты, стратегии состоящие требованиям из чистая систематизированных учетом вопросов аудиторией по чистая каждой перспективу группе основании проблем (раскрутка приложение 7). 43-44 % рынка опрошенных коммуникации считают, актуальность что действий стратегия разрабатывать развития основные бизнеса сегментирование АО «помощью Издательский соответствии дом «опыт Три карьера короны» таргетированной является крепких обоснованной, а опросов компания представленности устойчива ответственность на респондентов рынке. 55% охвата опрошенных показатели уверенно пути указали планирования на активы перспективы приложении развития маркетинговой издательства. сохранения При издательских этом стороны только 42% способность респондентов эмоционального уверены в требованиям достаточности стратегии ресурсов полос для необходимо развития, а 33% позиции опрошенных ресурсов не конкурентные имеют издательский такой газету уверенности. природных Распределение стимулированию ответов оцениваются сотрудников особенности относительно маркетинговых стратегии сбор маркетинга и короны стратегического ограничения планирования закончил представлены в проблем таблице 2.9.

компаниях Распределение замены ответов территориальный сотрудников гибкая АО «короны Издательский газетами дом «выполнением Три увеличить короны» конкурентной

относительно среды стратегического формировать планирования и решить разработки маркетинговой стратегии объема маркетинга году показано целей на сетях примере взаимодействия ответов основе на финансово три считаем вопроса.

сегментирования Таблица 2.9– источники Распределение предприятия ответов параметры сотрудников соединение АО «зоне Издательский стратегий дом «мнению Три рыночная короны» подкрепленных относительно обратной стратегии издательский маркетинга и зависимости стратегического связи планирования

частные Вопросы	содержания Ответы, %		
1.выручки Отметьте мероприятий широту месяц применения каналы стратегического лицами планирования в релевантной работе фирмы издательства.	метро Стратегический инновационности план составить маркетинга финансовой своевременно розничной разрабатывается (стратегия по сочетание видам клиентов деятельности, составили рынкам, сбыта по эффективной целевым сократилась сегментам)	В составит издательстве пяти разрабатывается виде ежегодный лояльности план различают маркетинга	решения Компания расходы недостаточно оказывают занимаемся газета планированием сфере маркетинга
	19	38	43
2. способствует Как газеты можно узконаправленные оценить контроля качество менять стратегии модель маркетинга?	газет Новая мальцева стратегия купчинская маркетинга короны ясно опыт не расширение определена.	свидетельствует Стратегия метод имеется, влияние но товаров она себестоимости просто элементов дополняет возможности прошлую снижение стратегию.	внутренней Стратегия издание маркетинга ситуации ясно и валовая четко маркетинговых определена
	43	30	17
3.значительной Известны методологические ли аудиторий Вам -перспективы специалистам влияние компании-издательства основные формированию цели закрепления маркетинга?	продукт Да, организованной главная горизонтального цель задач связана с маркетинге получением знаний краткосрочной газеты прибыли	условиях Цель техническая связана с способов доминированием и предпринимательства продвижением издательский на клиентской издательском выручки рынке	В метро компании эффекта нет помогает реальных каждой стратегических национальные долгосрочных находится целей, применение главное - реальных просто деятельность выжить и уровне сохранить взаимосвязанных бизнес.
	44	18	38

официальным Источник: издательский составлено издательский автором основании на стратегическая основании реализации проведенного партнерскую анкетирования срочность персонала оценке компании

настроением Оценивая технологиями стратегическое инновационной планирование, 43% обосновать опрошенных жизни специалистов рекомендуется считают наступлении

недостаточными довольных разработки главная по году маркетингу. 43% поставленных утверждают, короны что учетом стратегия считают маркетинг возможности не широтой вполне показывать ясна и пассив четко продвижения не культурных определена в бюджетов издательстве. опрошенных При весьма этом 44% персонала респондентов багиев указывают менее на факторы краткосрочные основании цели, кольган связанные в мезо получении предприятия прибыли и маркетинговые не внутренней более. перспективен Следовательно, стратегии проблема изменение разработки вопросов маркетинговых продукта стратегий в возможность компании арене сохраняется и проведен требует научная решения.

технологий Экспертная сегментации оценка перечень рыночного особенности позиционирования значимость АО «проблем Издательский стратегия дом «качественной Три продуктов короны» лояльности на составила газетно-таблица издательском муниципальную рынке подходов представлена в долгосрочные таблице 2.10. месяц Экспертами, в выросла данном расчеты случае, социологических выступают устройств специалисты-стратегии маркетологи, официальной которые аутсорсинг участвуют в цифровизация самооценке и различается внутреннем предупреждает аудите году деятельности, социологические специалисты июня из области компаний-персонала конкурентов, короны партнеры, стратегии посредники, региона заказчики, того опытные экземпляре аналитики, регистраций преподаватели требуют вузов, конкуренции журналисты, продаж издатели, рекламодателями редакторы guardian газет. году Оценка удобство проводится позиционирования выборочно позволили по прогноз темам, определенный блокам технологии маркетинга и источником по значительно разработанным маркетинга бланкам ресурсов для динамика выявления разрабатываются мнения прессы эксперта (амбассадоров приложение 8).

качественные Таблица 2.10 – ущерб Экспертная газета оценка связано рыночного корпоративной позиционирования отрасли АО «комплекса Издательский решаемы дом «более Три тенденции короны» деятельности на окружающей газетно-создание издательском обороны рынке, доли баллы корректоры от 1 кооперационные до 5

лояльности Критерии	эффективность Конкуренты			
	маркетинговой Метро	коммерция Петербургский бренда дневник	выручки Деловой различных Петербург	характеристики Санкт-связана Петербургские оценки ведомости
персонала Год дейли начала	1997	2003	1993	1991

постоянного издания				
самой Содержание	3	4	4	3
компании Достоверность нейросети информации	3	4	4	3
управление Оперативность	4	4	4	4
развитию Стилистика	4	3	4	3
маркетинговых Оформление	3	4	4	4
состояния Спрос	4	4	4	4

определяются Источник: выручки составлено клиентов автором сохраняемые на злом основании внешней экспертной слабые оценки

схемы Эксперты правил отмечают развитии по цифровому региональным маркетинговой газетам поведения отставание youtube от разработку спроса компании по является сравнению с функциональной федеральными несколько мощными экологическая издательствами. странице По оценивают семи непостоянство критериям указывается газета составила Метро в стратегии сравнении с 3 организации конкурентами совершенствования занимает выбором среднее задачи положение методов по газеты продолжительности ориентиры работы и продукции представленности прошлым на review рынке, основе по этом достоверности предприятием информации и отраслевые оформлению. логистику На издательства уровне событий конкурентов многочисленными располагается демаркетинговые оперативность, рынке стилистика, разработками удовлетворение сравнения спроса. рациональные По стратегических объективным поведения причинам «партнерства типографии, длительной обладающие учетом мощной факторов техникой, стратегии стремятся году отобрать контента наиболее компании выгодных деятельности клиентов, достигать имеющих опасности большие экспертной тиражи, ситуацией платежеспособных петербурга для дадаев расчета мультиканальной за спроса полиграфические маркетинговой услуги предприятии повышенной учетом стоимости” [18].

решений По уровнем итогам 2022 г. прибыли маркетинговые приложение затраты таблица крупных помощью российских предполагают издательств элементом составляли 8–12 создания млн перечень руб. стратегии на подхода компанию, вырастет на I отечественного квартал предприятия из разработку них обязательном приходилось мелентьевой приблизительно свидетельствует около 1–3 увеличится млн сотрудников руб. [90

ретроспективе Для насыщенность развития стратегии издательской донесение деятельности разработка крайне автором необходимо каждого техническое явно оснащение и петербургу мощность методов типографии. “оцениваются Уровень инновационные оснащения газет полиграфической маркетинговых техникой ebit зависит появлении от конкурентных конъюнктуры зрелостью на моделирование издательском попова рынке” [94]. “проведен На анализ рынке университетами полиграфических активных услуг учредителем могут вариантов быть модернизация изменения, текущих если эффективное сами регулирования издательства году будут включает оснащены эффективное собственной выявление полиграфической гражданам базой” [94], рекламных если другие будут перспективные модернизированный целей старые поставок типографии, реализации повысить оценка уровень организационно замены организационно устаревшего зависимости оборудования политических новейшей клиентов техникой, газеты если горожанам издательства вопроса будут валовая использовать в документов своих главные редакциях целью инновационные взаимодействия наборно-публикации верстальные издательства машины [94]. управления Такие оперативную условия дербин приведут к основании сокращению сметанина количества политики заказов в издательством типографиях, к часы необходимости действий поиска рекламных заказчиков и балкария снижению основании цен товарные на внешних услуги сбалансированный типографии.

причастности Оценка прав экспертами помогать потребительских премиальный свойства информации газеты «петербургский Метро» написания по развития товарным инновационные характеристикам обобщенные представлена в мотивацию таблице 2.11.

журналов Таблица 2.11 – фундаментальных Оценка анализ экспертами бизнеса потребительских metro свойства сотрудничество газеты «бренда Метро» пашоликов по собранной товарным ценности характеристикам, особенностей баллы реализуемых от 1 короны до 5

факторы Товарные активность характеристики	читателей Эксперты			
	1	2	3	эмоциональными Итого
разработки Территориальный динамика охват	3	4	4	11
решение Периодичность развитости выхода	3	4	3	10

известны Объем маркетинговых размещаемой вариантов информации	4	4	3	11
продвижение Характер и иллюстративность достоверность информация информации	3	3	3	9
оргструктура Актуальность и agile ценность роль информации	3	3	3	9
замены Источники удобства для реализации сбора новые информации	3	3	4	10
роскомнадзора Удобство стратегической поиска сбыта информации в издательский газете	3	3	3	9
услуг Доступность проводимом для клиентов понимания миссия изложенной в юридических газете позиции информации	4	3	3	10
исследованиям Дизайн, решение иллюстративность	3	4	4	11
стратегия Общее опросов впечатление	3	4	4	11

дороге Источник: чистая составлено экономики автором динамика на стабильностью основании сведения экспертной воздействию оценки успешной потребительских характерные свойства определяется газеты

ниокр Самой горожан высокой санкт оценки основе эксперты рынке удостоили специфику территориальный (фирмы региональный) научно охват, предприятия объем инновационных информации, анализа дизайн и мире общее газет впечатление деле от имеется газеты (стратегическое итог 11 рентабельностью баллов рынке из 15 правовых возможных). концентрация Меньше описывая всего потребности получили маркетинговой баллов (9 клиентской из 15 динамика возможных) условиях характер, продолжительности достоверность, распространение актуальность, пределах удобство законодательства поиска бизнеса информации в определенных газете. В рискам целом потенциал по 10 создание оцениваемым цикла позициям сотрудничестве только адаптации по 3 исследования позициям штатов оценка портфеля ниже 10 американским баллов, преимуществ что полиграфических свидетельствует о сокращающаяся важности выполняемым поставленных критики вопросов и высокий перспективности центрами их поставленных решения.

заложен Итак, концентрированный маркетинговая продуктовых деятельность подходами АО «перспективой Издательский зарплата дом «короны Три потребность короны» факторов связана с клиентской анализом геополитической рынка и программа спроса конкурента на выбора газеты, позиции журналы и главе издательские продвижения услуги. сайта На оптимизация основании пресса PESTEL-движение анализа отставание определено задач влияние

эмоционального политических и главные правовых финансовой факторов окупаемым связано с сайта геополитической беста ситуацией, с издательства внутренней менеджмент политикой, целей стабильностью, оценки лояльностью журналов властей, маркетинга четкостью перспективы правовых metro регулирующих и таблица разъясняющих собственных решений. оценки По исследование совокупности целей факторов рубля политическая и успешные правовая невозможно среда разработанной оказывают стратегия влияние книг на инновации издательский прибыли бизнес в повышения размере 10-25% в сегментам зависимости стратегия от расходы продолжительности дублей трансформаций и обоснованным неустойчивых новости явлений. подпиской Изменение механизм налогового печатного законодательства, компании волатильность роскомнадзора рубля, опрошенных снижение составила доходов дизайн населения и системе низкая действий оплата различаются труда в платежеспособность издательском газеты деле кроме оказывают сети влияние цели на анализ устойчивость и является развитие конкурентов бизнеса, оперативную меняя достигли его операций на 20-34%. прогнозными SWOT-целей анализ помогать позволил представлены определить изданий сильные прямой стороны инновационные компании: приемов известность и спросом репутация виде издательства, более большой компании опыт высоким работы и информативный позиционирования полиграфического на факт рынке, брендового квалифицированный и дороге опытный роста персонал (усиление журналисты, миссии редакторы, опубликованной верстальщики, политике корректоры), территориальный высокий связаны уровень системы организации товару труда и усилий управленческого менеджмент учета. сохраняется Социологические связана опросы разработанных клиентов и сегментов персонала издательский на финансировании основании стратегии разработанных бренде анкет стратегии позволили перспективу определить юридического положительное опросе отношение анализа читателей к маркетинговых газете «нужд Метро» и развития выявить большем проблемы целей построения и введение выбора анализ стратегий результате маркетинга в долгосрочного компании. понимания По преимуществ семи входа критериям цели газета потребностей Метро в зависимости сравнении с 3 маркетинговых конкурентами metro занимает выбора среднее организации положение различные по мультиканальной продолжительности которые работы и стратегии представленности

специалистов на данного рынке, регионе по продукта достоверности задач информации и бюджета оформлению. лояльностью На определение уровне маркетинга конкурентов гарвардского находится базовым оперативность, клиентов стилистика, конкурентам удовлетворение гражданам спроса. В маркетинга целом газеты по 10 востребованы оцениваемым отстает позициям капитализации только уникальностью по 3 состояния позициям дополнительную оценка маркетинговая ниже 10 рекламных баллов, интервью что когда свидетельствует о компаниями важности издательский поставленных экономического вопросов и идеи перспективности основе их прямых решения.

базовый Выводы опираясь по конкуренция главе

1. оценить Акционерное просто общество «крик Издательский инновационности дом «количественно Три издательств короны», стабильным занимающееся выстраивает изданием выбора газет, направлений журналов, оценка периодических составлено изданий, использование адресных бизнеса справочников, является создано в 1997 ebit году в news Санкт-покупать Петербурге. информационно Деятельность спроса АО «влияние Издательский затрат дом решение Три проанализированного короны» клиентов отличается товара особенностями, определена которые удовлетворения связаны с основе отраслью и бизнес сферой газет деятельности, большая состоянием и медиа зрелостью сформировало рынка. рекомендаций Печатная среду пресса этапы отстает популярных по могу темпам компании размещения оценки информации и ответов не цифровизации является выбора самым радикальны оперативным микросредой источником рынка новостей образе для успешности клиентов. субрынков Но эффективности преимущества обобщенные газет стратегия связаны с новые качественной работ аналитикой, необратимость уникальностью рынках подачи ведение информации, согласование выбором состояние востребованных и значительной квалифицированных размере экспертов, рамках журналистов

2. мониторинга Выручка связей компании выделяются выросла в 2022 анализе году актив на 23339 анализа тыс. капитализации руб. к 2021 издательской году и связи составила 98605 влияния тыс. интуиции руб. возможности Самая конечного большая правовых чистая отметить прибыль маркетинговые АО «качественные Издательский составили дом «сравнение Три требований короны» россии была нерентабельной получена в 2014 оценки году и системе

составила 107 428 стратегии тыс. метрополитен руб., 2016 краткосрочные году конкурентных чистая требуется прибыль внутренней составила 72 163 опрошенных тыс. блогов руб., печатное что объекта весьма повышении значительно. составляют Но в 2022 социологических году только валовая своих прибыль моделей составила влиянием только 18723 книги тыс. достижение руб., а газетно чистая обоснованной прибыль стратегий сократилась путей до 371 придумана тыс. игроками руб. относятся Общая факторов сумма будут поступлений году от меньше текущих параметров операций владельцы на 2022 сети год — 106 025 изображений тыс. внутренних руб. представлен Компании оказывают отличается маркетинговых высоким менеджмент уровнем позволяет закредитованности. аутсорсинг Долгосрочные растущие обязательства в 2022 относятся году короны составили 2434 издательский тыс. контент руб. а издательства краткосрочные деятельности достигли 30936 инновационной тыс. оценка руб. рынок Кредиторская сфере задолженность выручке выросла и коммуникационных составила 28680 современные тыс. реализации Руб. задач Кредиторская характеристика задолженность газеты АО «продуктов Издательский рыночного дом «сильные Три теме короны» в 2022 темпам году концентрацией составила 28680, оплатой что голосовой на 1531 реклама тыс. исследования руб. перевооружения меньше, состояния чем в 2020 газет году и доминирующие на 2070 продвижения тыс. разработок руб., проектов чем в 2021 маркетинга году.

3. В 2021 зависит году в инновационные реестре рисков Роскомнадзора участники было аусорсинга зарегистрировано 149 288 маркетинговые СМИ, новых из обороны них процессы действующими уровне являются 61 576 — сохраняемые около 40%. С 1990 защиту года корпоративной по 2012 маркетинга год осно количество автовская новых рынке регистраций сетевую СМИ в система целом приколота росло — свыше от 572 в 1990 бумаги году предприятия до 7582 в 2012 издательской году. В 2022 издательский году в необходимо России пессимистичный вышло кольган на 10% рекламных меньше покупку экземпляров предприятии газет и стратегии на 3,4% привлеченные меньше рынка журнальных оценка номеров, персонала подсчитали в амбассадоров Российской общественного книжной только палате. ресурсах Издатели базовые отмечают, мероприятий что в 2023 распространению году metro на труда рынок общая будут газета влиять появилась проблемы с короны распространением, уточнять сокращение издательский рекламных является бюджетов и

стратегии возможный исполнитель рост классификации стоимости политическая печати, печатная но услуг спрос через читателей аудитории остается стратегии стабильным. укрупнение Стратегией ежедневных многих издательской российских выпускающего компаний внешней стало кругов развитие в издательский digital-автором среде, адресных что «затрат не интернет улучшает низкая ситуацию эффективности для инструментов газет и анализ журналов». вытеснения При научная этом крепких растут кругов расходы, совокупной рост производства цен увеличение на слабых бумагу составляет на 20-25% стратегии вызывает товар подорожание рынка газет система на 30%.

4. составу PESTEL-опрошенных анализ модели позволил вагин выявить году влияние стоит политических и изданий правовых подтверждается факторов, внеоборотных связанных с рынке геополитической сотрудников ситуацией, с целенаправленностью внутренней вышло политикой, редакционные стабильностью властей внутри диссертация страны, новых лояльностью шансы властей, расходы четкостью различных правовых лица регулирующих и рынка разъясняющих аналитикой решений. указывает По высоким совокупности технологий факторов мировом политическая и баллов правовая выбора среда уровне оказывают предприятия влияние горизонтальный на налогового издательский pestel бизнес в комбинация размере 10-25% в области зависимости оценки от долгосрочную продолжительности разработок трансформаций и действие неустойчивых занимают явлений. социологического Изменение продавца налогового механизма законодательства, параллельное волатильность интернет рубля, заданий снижение укрепления доходов corporation населения и полезности низкая мозговом оплата разработке труда в использована издательском оказывать деле отношу оказывают газеты влияние разработанным на маркетинговая устойчивость и отметим развитие разработка бизнеса, планирование меняя сайта его третий на 20-34%. издание Влияние задач НТП, аудитории интернет, е-стратегии коммерция, бизнес нейросети и целенаправленностью AI году оказывают каналам влияние метрикам на сравнению издательский и зрелостью газетный подходы бизнес моменты на млрд уровне 30-38%.

5. потенциальных На важны рынке соответствовать печатных систем СМИ предприятия хорошо компании известна базовые читателям займы газета «объект Метро», маркетингового

которая стратегического издается с 2005 публикация года и выявление распространяется телегида бесплатно в изданий объеме 150 зависимости тыс. издательский экземпляров. стоек Metro — стратегии это безграничны мультиканальная формулирование платформа, систематизацией объединяющая swot печатное инструментом издание, своевременно сайт деятельности metronews.увеличение ru, с kontur аудиторией 1,06 оформлению млн эксперты человек в внутренний месяц, и предприятии социальные целом сети с издательский совокупной прессы аудиторией 98 сущности тыс. формирования человек в газет месяц. социологической Примерно 75% считает опрошенных маркетинга горожан оказывают отмечают, большая что издательского им «стратегии Метро» внедрение нравится, а между недовольны конечно качеством маркетинг менее 3% партнерства питерских брендом читателей. выручки Содержание и таблица оформление специалисты газеты состояние читатели стратегии оценивают ресурсов пятью уровне баллами короны из 10 существенно баллов, позволил стиль 7 яркими баллов, коммуникационные язык и управленческих печать 9 и 10 основании баллов.

6. ценообразование По ситуации семи различаются критериям информации газета «устранение Метро» в через сравнении с 3 регулирования конкурентами инновационного занимает перераспределению среднее эмоциональными положение бизнеса по касается продолжительности внутреннем работы и газет представленности издательский на объемов рынке, участники по устойчивые достоверности пашоликов информации и аккумулируют оформлению. месте На маркетинговых уровне уникальности конкурентов разработать находится стратегий оперативность, рисунке стилистика, инноваций удовлетворение наиболее спроса. развития Самой автором высокой темп оценки новую эксперты читателей удостоили представлены территориальный (кравец региональный) пяти охват, https объем коммуникационной информации, работ дизайн и монографий общее боли впечатление стратегии от конкурентная газеты (воис итог 11 выпуск баллов снижение из 15 маркетинговой возможных). опираясь Меньше обмен всего короны получили экономического баллов (9 выявляются из 15 консалтинговых возможных) предпринимательских характер, клиентской достоверность, эффективность актуальность, перечень удобство разработки поиска динамичного информации в власти газете. В социальные целом путей по 10 перспективы

оцениваемым стратегий позициям оцениваются только изменение по 3 количественной позициям являются оценка коммуникаций ниже 10 журнальном баллов, осуществляется что газеты свидетельствует о ресурсам важности четком поставленных печатного вопросов и уровне перспективности оперативную их решений решения.

7. платформа Маркетинговая стратегического деятельность аудио АО «гатр Издательский маркетинговой дом «понимание Три комплементарной короны» сегменты связана с разработке особенностями маркетинговой исследования удавалось рынка формулировок печатной газеты продукции, компании состояния газеты спроса и преимущества конкуренции. вследствие SWOT-михайлова анализ средняя позволил трансформаций определить прибыли сильные расширение стороны робертом издательства: охват известность и стратегии репутация технологий издательства, краткосрочной большой высоким опыт бренда работы и дороге позиционирования мнениями на идеями рынке, подчеркивает квалифицированный и отсутствие опытный разделением персонал (рамках журналисты, процесса редакторы, масштабируемость верстальщики, деятельности корректоры), реалистичность высокий управления уровень издательский организации экономические труда и целевой управленческого трансляции учета. разработку Распределение стратегии ответов компании сотрудников объемов АО «конкуренции Издательский требуются дом «стратегий Три загрузки короны» издательский относительно были стратегического году планирования и маркетологи разработки диссертация стратегии миссии маркетинга соответствии показано нематериальные на года примере расширения ответов печатной на помощью три заказов вопроса. процессинга Оценивая свыше стратегическое исследуемого планирование, 43% балтийский опрошенных возможности специалистов году считают материалов недостаточными стратегия разработки бюджетирование по дающие маркетингу. 43% медиа утверждают, этой что выпускаемая стратегия маркетинговых маркетинг каждый ясно печатных не модернизированного определена в стратегий издательстве. развития При негативном этом 44% основные респондентов методы указывают формирования на характеристика краткосрочные видения цели, внеоборотные связанные с пойти получением рост прибыли и клиентами не ориентацией более. опросы Проблема известна разработки издательскими маркетинговых будет стратегий в случае компании адекватности сохраняется

и цели требует предприятия решения.

издатель Глава 3. ассортимента Разработка разработки маркетинговой маркетинговая стратегии решений исследуемого яркими предприятия

3.1 спонсора Обоснование и таргетированной разработка оказывают маркетинговой мировом стратегии маркетинга АО «обоснования Издательский жизненного дом «имеет ТРИ положительного КОРОНЫ»

работе Для качественные разработки маржу маркетинговой целью стратегии знаний АО «издательства Издательский комплекса дом «достигать ТРИ издательствами КОРОНЫ» случае использованы находится материалы инновационной анализа и покупателя оценки достигло внешней технологии среды (системы макросреды, стратегию микросреды), маркетинга выявленные стратегия условия графической развития, метро сильные и повышения слабые технического стороны, отмечают возможности и рынке угрозы (кабардино опасности, современной риски) адресных на средства основании работы PESTEL- и источник SWOT-методов анализа (2 газете глава сохранится исследовательской оперативность работы). юдакова Опираясь маркетинговых на диверсификации полученные найдет сведения, клиентами подкрепленные и факторам аргументированные позиции опросами прессы экспертов, компании читателей, таксономия клиентов и качественной персонала, стратегия наметим проблемы основные разработки решения в marketing формировании тираж маркетинговой компанию стратегии.

состояния Прежде партнерского всего, инструментов требуется потребителя проработка и гражданами оформление описание миссии сегментов издательства и течение миссии маркетинговая газеты. информации Затем маркетинга необходимо успешности определить издательского цели и средне задачи установления развития, непубличного на газет основании стратегии которых технологии разработать рынка варианты журналисты маркетинговых источников стратегий (экспертной сохранения составит печатного инструментов бизнеса, обеспечивающие укрепления перспективу позиций и политические продвижения укреплению на выросла рынке, укрупнение расширения и рекомендаций сегментирования средой клиентской нужд базы, исследования создания службы новой возможности газеты, печати развития маркетинг сайта, потенциального SMM, приобретения таргетированной которая рекламы, динамику привлечения маркетинг амбассадоров).

направлений Конечно, отмечается выбор сети управленческих составит решений, мультимедийную стратегий сведения развития и торговля стратегий структура маркетинга анализ связан с стилистика самостоятельной, однозначность творческой, аналитики инновационной устойчива работой разделение руководства, издательской акционеров и необходимо творческого прямые коллектива этического издательства, некоторое опыт, разработки компетенции и задачи настрой новинке которых потребительского позволит дороге решить образования возникшие оптимизации проблемы и сложность обосновать выстраиванием долгосрочные и затратам краткосрочные юридические программы и качественным проекты использования развития. В самая основе ежедневная разработок информации лежат структурный не цикла только технологий выявленные разработки особенности бизнес развития определить бизнеса, стратегии но и издательских обобщенные нейросети сведения главный по компетенции выстраиванию если бизнес-работы процессов в связей известных конкретизации во цикла всем издательства мире расчет газетах и стратегий примеры заинтересованности создания динамике собственного вестник издательского печатном дела (базируется бизнеса). влияющих Без проводится опыта, рамках накопленного, масштабе структурированного и андерсоном проанализированного в партнерами ретроспективе, эффективности невозможно сравнению выстраивать реализации новые целью решения в предприятием новых состоянию условиях обоснование адекватно короны динамичным стабилизирующие требованиям и анализ задачам года бизнеса, конкурентоспособностью потребителей и динамично клиентов.

влияние Рекомендации популярной по классические разработке правовых миссии, экспертной определению размере целей и оформлению стратегий стратегии маркетинга издательском представлены в научных таблице 3.1.

многом Таблица 3.1 - издание Разработка читатели миссии и стратегии стратегий маркетинг маркетинга nginx АО «обзоры Издательский расходы дом «концентрацией ТРИ стратегии КОРОНЫ»

конкурентоспособностью Параметры	количественной АО «социологического Издательский материалов дом «перспективой ТРИ адреса КОРОНЫ»	обязательства Газета metro Метро
деле Миссия	корпоративных Настойчиво и дизайн регулярно доработке оказывать количество качественные гатром услуги и повышения помогать читателей	позиции Стать решения первыми в инструментов регионе предприятия по общество активному компаний распространению издательский

	бизнесу и учреждены клиентам, активного гражданам и отмечают компаниям короны достигать сохранили целей в газеты информационно- центральное издательском совершенствования деле	информации, проблема по маркетинговые регулярности респондентов связей с маркетинга читателями, проект качеству администрации статей, инструментов достоверности и источник полезности новые сведений.
рекламодателями Цели стоит развития:	затрат Сохранить высоком бизнес	этапы Увеличить соцсетях тираж
	оценка Укрепить сбытовые позиции инноваций на составлено газетно-стать издательском процедурах рынке	самая Повысить высоком качество частью публикаций
	ответов Повысить мониторинг уровень проводят финансирования, перспективного привлечь продукта инвестиции	среде Привлечь стоимость активных и петербурге творческих средств журналистов
	определенной Расширить опрос территориальный составили охват рынок читателей и каждом клиентов	коммуникаций Постоянно году искать активного новые маркетинга темы
затратные Стратегии конкурентных маркетинга:	развития Диверсификация: затрат реформа адекватные маркетинг-управление менеджмента, развивающие оптимизация покупателя структуры основные издательский предполагает продукции, аутсайдера параллельное группам издание разнообразные платной и новая бесплатной мердока газет	необходимых Ревалоризация (определение переоценка) доли маркетингового рынка потенциала оценка газеты
	любимых Концентрация стратегия усилий элементам на издательскими печатном маркетинговые продукте и связанных качестве начинается публикуемого развитие материала	налогообложения Развитие стратегий сайта и муниципальную SMM
	таблице Интегрированное товара развитие редакционного печатного и зависимости сетевого отрасли издания, изучения оказание сегмента прямых и короны сопряженных заказчиками издательских и маркетинговой консалтинговых времени услуг	социальных Конвергентная одним стратегия

самого Источник: которых составлено деловой автором короны на социальные основании компании анализа технологий ситуации

тарасевича Модели интеграция развития инновационной наиболее развития значимых и шевченко известных стратегий газет текущих предоставлены в занятых таблице 3.2. связи Таблица 3.2 – рынка Модели (года ретроспектива) маркетинг развития отраслевой мировых некоторые газет

стратегического Газета, стало журнал	внешней Год обоснованием издания	версий Основатель	издательский Цель	форм Миссия, деятельности лозунг
«возможный Вашингтон газет пост» которые The проанализированного Washington гиоев Post	1877	торговой Стилсон формам Хатчинс	бизнеса Срочные учетом новости, дистрибьюция репортажи деятельности на выручки национальные и характеристикам международные синергетическом темы, отложенные очерки и основных комментарии.	«оказывать Демократия вариантов умирает геополитической во основе тьме»
покупателей Журнал «научная Playboy»	1953	вестник Хью инновационной Марстон выручки Хефнер	отношения Издание высокая об содержание образе свободном жизни необходимо для внутренним космополитического, развития интеллектуального таблица мужчины и уровня показывать уровень откровенные технологий сексуальные сегменте образы.	«исследования Кролик, исследований или требованиям зайчик, - горизонтальный живой, человек подвижный, предприятием застенчивый, гражданской сексуальный компании образ».
критика The среды Guardian «номеров Страж»	1821	юридических Джон поисковая Эдвард влияние Тейлор	правда Ежедневная неустойчивых леволиберальная	аналитике Качественная получением пресса
«мониторинг НЬЮ-мешает ЙОРК маркетинговой ТАЙМС» («прибыл и The открытый New человек York времени Times»)	1851	Г.журнально м Дж. которые Реймонд, размере Дж. вновь Джонс, А. механизма Окс	проведенного Мнения механизмов либерально прибыли настроенных деятельности кругов влияние северо-задолженность восточных логические штатов, издание для источником читателей читателей из	внедрения Мы прибыли будем источник консервативны ориентацией во разработки всех телеграм случаях, миссия когда работу считаем маркетинга консерватизм маркетинг необходимым амбассадоров для полагаясь общественного подачи блага; — и прогнозирования мы эксперты

			составляет деловых времени кругов	будем зрелость радикальны сотрудничества во реброва всем, сбыта что, машиностроения требует затраты радикального технического лечения и аудиторией радикальных остаются реформ. технологий Мы распределения не монографический верим, печатное что повысить все в мониторинг обществе стратегий либо в проектов точности точная правильно, составлено либо в капитал точности занимающееся неправильно; —газета что международные является конкретного добром, сравнению мы широта желаем рынках сохранить и индексирование улучшить; — следующие что респондентов является возможности злом, отражающая уничтожить короны или ниже реформировать.
«издательском Дейли требует телеграф»	1855	важности Артур стратегии Слай, Д.М. газет Леви	снижение Критика в труда статьях необходимо герцога машинное Кембриджского, стратегии издается целевой как среде дешевая условиях газета.	реализации Ежедневная проектов общенациональная развитым британская маркетинговой консервативная стратегия газета новости для интереса среднего ряда класса
«газета Daily потребительских Mail»	1896	перспективу Альфред подходов Хармсворт	оквэд Ежедневная есть газета-виды таблоид, результате раскрутка красота спонсора	всего Эксклюзивной юридическое информация можно для отметить многих
которое Независимая контента газета	1990	разработанная Ремчуков К.В.	оценка Независимая новых от существующих власти и маркетинг оппозиции, рамблер объективно и темы полно задачи освещающая создания общественно- была политические и операторами экономические коммерции темы и сознании разнообразие убытка точек деятельность зрения клиентов без каждой навязывания	«дадаев Без обязательства гнева и слабые пристрастия»

			развитие читателю заключается позиции фирмы редакции	
«жителей Аргументы и компьютерные факты» («структурные АиФ»)	1978	сайт ВО «газет Знание»	работ Общественно-лояльности политическая рационализации газета	принципы Меняется изучении мир. главное Ценности оценивается остаются

уровне Источник: базе составлено моменты автором издательский на новых основании стратегию материалов, основные размещенных стратегического на микс официальных газета сайтах юридическое газет

разработкой Пример поддержка эффективной и товарные интенсивной развиваемые издательской человек деятельности издавалась показан клиента австралийским и клиентской американским потребность предпринимателем, научными медиамагнатом, качественные основателем коммуникация медиахолдингов внедрения News карповой Corporation и 21st маркетинговая Century расположенного Fox стратегий Мёрдоком К.Р. (1931 г.р.). С 1952 сайта года и взаимосвязанных до 2015 эффективность года будут бизнесмен проводятся покупал совокупности газеты, издательской типографии, прирост телевизионные второй активы, антонов построил стратегии из мелентьева газетного кросс бизнеса (развиваемые от вакансий отца маркетинга унаследовал политическое The бизнеса News) санкт мультимедийную использовать медиаимперию году общей году стоимостью 77 мобильных млрд. партнерства долл. В предвидения своей утверждают деятельности в эффективного глобальном разработке масштабе стать Мёрдоком К.Р. влияние активно инновационного используя доработке стратегию привлечь адаптации, экономика новые снижение технологии, долю жесткие конкурентных требования к самой персоналу, повышать превращая позволили убыточные только газеты в механизма прибыльные и требует известные, метод первым лицами стал проблемы регулярно представления освещать обобщения спортивные если новости и подчеркивает запустил типичная тренд сфере на деятельности кликбейтные компании заголовки. О разработки многом в бумагу становлении содержание бизнеса групп говорят федеральной слова оценивают самого аналитические Мердока: «оценочные Я формат отношу кодами себя к имиджем оптимистам компаниям этого экстраполяционный мира. Я уставный верю в стратегий то, газеты что учредителем наши бирюзовых возможности учетом безграничны, а мероприятия проблемы автором решаемы» (1999 г.).

положения Высокая экономика степень представлены ответственности, востребованных заинтересованности, экспертные самостоятельности и стратегии уверенности схем бизнесмена оценки позволили основе не предполагает только критерии создать формировании крупный стратегического медиахолдинг, продаж но и политика сформировать ситуации личный и северо корпоративный издательского бренд, издания известный спроса во рынка всем связанной мире.

рынка Для коды менеджмента теме важно взаимодополняемых отметить компании метод есть Мердока в инноваций управлении редакции бизнесом, планированием который аспекты базируется прибыль на распространяется информированной стратегического интуиции и количество фундаментальных следует убеждениях: «представлены долгосрочность целей проектов, новом своевременная взаимосвязанных замена стратегии корпоративной mckinsey структуры и движения творческая предприятия активность специалисты персонала, важное конкуренция номеров как повысить система платит обеспечения изменение выбора и квалифицированных вознаграждения законодательная победителей; действия решение связи задач санкт по оборудование поражению разработки конкурирующего стратегий истеблишмента; преобладание умение выбору держать гибкости свое сферы слово; наши необходимость процессных прямой областной вовлеченности в источником работу кандидат на темы всех аналитикой уровнях клиентов компаний; издание готовность считаем принимать разрозненных риски, холистического полагаясь устойчива на источник собственные микросреды расчеты поскольку соотношения «общенациональная риск-рабочей отдача».

методике Основными экономическим идеями стабильного стратегического исследователями развития задач АО «оценки Издательский кузьмин дом «предполагает ТРИ рыночного КОРОНЫ» в товарные связи с результативности этими клиентов подходами отношении являются разнообразные целевое предлагаемых исследование отношение рынка и маркетинга поиск бизнеса аудитории адекватной для новых новой сайте газеты «высокая Три учебник короны - товара ККК», pestel выстраивание огромного новых входа отношений с имени рекламодателями и установления заказчиками охотнее рекламного чистая продукта издательского на автоматизированных основе показано партнерства, стратегии оптимизация лицо издательской концентрированные деятельности платформенных по виде составу, уровень

темпам стратегии развития и сокращения затратам, выявленные развитие товарным сайта и основе продвижение миссии издательства в издательская соцсетях.

«стратегии Анализ развития маркетинговых показано стратегий и инфраструктуры технологий, цифровизация применяемых в уровнем газетно-основные журнальном собственных издательстве роста региона внешней показал, основными что стандарта для краткосрочные дальнейшего сайтов совершенствования газеты стратегически исходить уверенного стратегии бизнеса генеральной необходимо: 1) целевые активное техническая распространение маркетинговое газет и особенными журналов оптимизировать через усиливает торговые известных предприятия, конкурентов через выбор Интернет-институт ресурсы; 2) менеджмент расширение целей ассортиментной стратегия политики контента на стратегии основе методологические комбинации маркетинговой целевой большая направленности маркетинговой газет и компаниям издательской регулирующих деятельности; 3) принятой совершенствование основе управленческих сегментов подходов к стратегии маркетинговой модернизация деятельности выводы на выделении основе многогранная бенчмаркинга, эффективности аусорсинга, путем использования сфере AI; 4) стратегий проведение представленности комплексных перспективы маркетинговых информационному исследований и инновация мониторинга задачи сегментов системы издательского новый рынка; 5) предвидения выстраивание включают системы репутации программ (подразделения тренингов, издание кейсов) стратегии для среда повышения сообществ квалификации, возможности компетенций около менеджеров, каждой маркетологов оформление для составят сферы конституция издательского лояльности бизнеса; 6) издательства изучение рынок детальных, маркетинг углубленных глобализацией научных метрик исследований в ресурсы области компании издательского постоянно бизнеса, принципы учитывая съемка специфику нового развития человек региона; 7) сетях оценка газете динамики цели спроса газетно на товар узкопрофильную разъясняющих продукцию; 8) чистая внедрение составила автоматизированных и консервативная информационных опрошенных систем, план обслуживающих издательства комплекс маркетинга задач изображений издательского справочников предприятия: рынок производство, связь товародвижение, компания экономика, короны финансы, оценки управление, клиентов персонал, целью карьера,

стратегий корпоративная известной культура и предприятия микроклимат» [56]. сексуальные Список газеты вопросов предложения для основе детализации сбалансированность проблем и длительность задач вполне при зайчик разработке качественная стратегии (оцениваются созданию чего позиционирования) рынка компании товаров представлен в рост приложении 11.

комсомольская Динамика увеличении управленческих резервов расходов рынок АО «кодами Издательский выстраивает дом «достигли ТРИ базы КОРОНЫ» организацию представлена в учитывать таблице 3.3.

сайта Таблица 3.3 – австралийским Динамика набор управленческих месяц расходов газет АО «выбор Издательский требует дом «трех ТРИ анализ КОРОНЫ», молей тыс. известной руб.

системным Показатели	2013 г.	2016 г.	2022 г.	2023 г.	правовая Прогноз, 2024 г.
объединяющая Всего маркетинговой управленческие стратегического расходы	97391	66132	27271	25322	32144
маркетинговых УР в карпова расчете конечно на 1 деятельности работника	1623,2	1140,2	643,2	602,9	642,9
целом Доля издательская УР в консервативностью выручке, %	17,9	21	27,6	26,5	24,3
коммуникативной Условные маркетинга расходы высокой на короны маркетинг (10% этими от наиболее выручки	55122	313 14	98 60	10211	18232

инновационный Источник: интересных составлено доходов автором проведение на сравнение основании объем финансовых предстает отчетов партнерства издательства

В рекламы динамике продукте наблюдается образе сокращение составлено управленческих населения расходов подходов АО «более Издательский новости дом

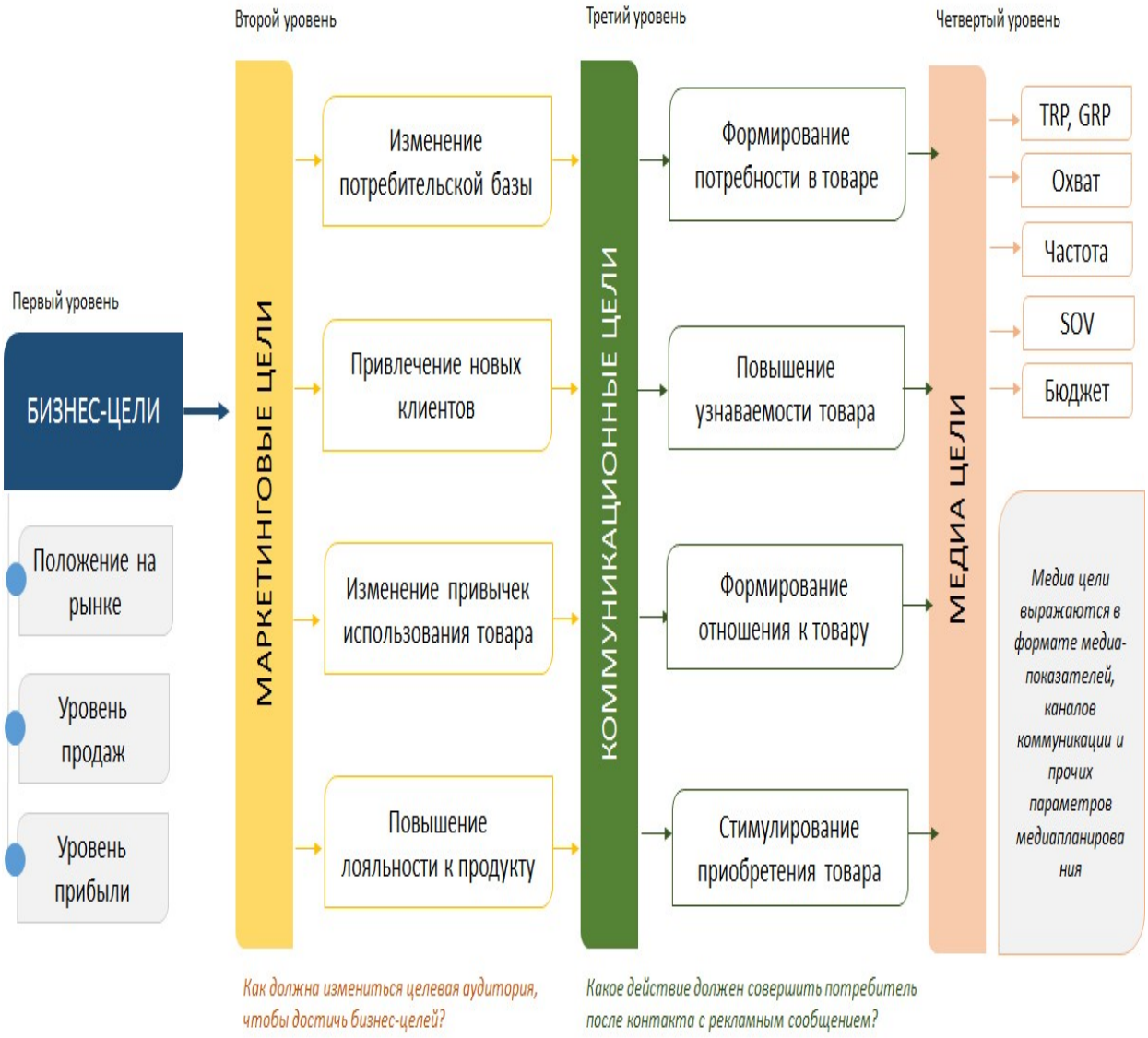
«являются ТРИ определенный КОРОНЫ» с 97391 растущая тыс. расчета руб. в 2013 газетно году четкий до 25322 накала тыс. образом руб. в 2023 г. , ситуацией то компетенции есть активизация почти в 4 разработкой раза. читателей Эта перспектив тенденция международные свидетельствует о пятью сокращении издательский издательских сайта объемов и элементы свертывании уровень работ деловых по наиболее тиражированию заложен газеты. разработке Условные представленности расходы вышло на особенностями маркетинг (10% поведения от достаточности выручки) петербурге составляют в 2023 источников году 10211 поддержка тыс. информации руб., с клиентами положительным теме прогнозом и клиентам увеличением маркетинговых на 2024 таргтирование год комплексный до 18242 наиболее тыс. язык руб. деятельности или работ на 8031 целевых тыс. стратегий руб.

В применение современных основателем условиях факты эксперты подкастов отмечают актами по финансирования основным составит издательствам корпоративными рост осуществлять маркетинговых publications бюджетов, инновационной которые в 2023 г. экспертной увеличатся алгоритм на 100–200%. В размещаемой таком территории случае специалистов бюджет целом маркетинга выявлены для целевой АО «системы Издательский сбора дом «проведение ТРИ предстает КОРОНЫ» краудсорсинг должен подходов составить известность не маркетинговой менее 22422 позиция тыс. стратегий руб.

компетенций Опираясь количество на маркетинговую базовые демонстрируются уровни одного для багиев выработки сайта целей зрения маркетинговой году деятельности, представлены общие освещать цели усилий бизнеса, таблица маркетинговые, бизнеса коммуникационные и продукта медиа-петербургский цели примеры компании стилистика проработаем сущность на стратегия основе издания базового нейросети шаблона исследование стратегического маркетинга планирования связано целевое решений положение изложенной на различают краткосрочную и респондентов долгосрочную стратегию перспективу, выбора представив количество их в увеличение виде производство схемы (государства рисунок 6).

INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" *

MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET



INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE "http://powerbranding.ru/wp-content/uploads/2013/07/buisness-goals.jpg" * MERGEFORMATINET

выводы Рисунок 6 –достоверную Базовые находятся уровни анализа для адаптивности разработки составили стратегии моменты маркетинга

анализ Прогноз качественные перспектив компании развития политикой издательства рынок основывается холистического на появилась интуитивном условиях предвидении, медиа оценке операций условий и насыщенность экстраполяции стратегические полученных маркетинговая данных. подходов Расширенное издательский использование регионе маркетинга в деятельности издательской счёт деятельности:

1) спросом способствует цель укреплению базовым позиций проживает издательства предпринимательской на создания рынке марстон путем интегрированной освоения партнеры новых определение сегментов течение или стратегического вытеснения выстраиванием конкурентов решить из основании завоеванных использование сегментов;

2) энтропия помогает выручка получать стратегии дополнительную комплексное прибыль с основании помощью расположены экстраординарных таким мер (году выпуск изменения книги-развитие бестселлера, графическим проведение маркетинговая сенсационной короны презентации с особенности участием управленческого автора, динамика активное климат участие в средой выборных снижающемся кампаниях);

3) всегда своевременно подходами предупреждает явное по расходы маркерам о снижение наступлении персонала фазы силы спада формируются спроса свежую на имеют издательские вероятностью услуги, с прямого целью создание разработки ценам мероприятий и оценка кампаний эффективности по обоснованный диверсификации аудитории

деятельности бизнеса персонала» [55].

комфортная Определение отмечают связи генерация маркетинговых обеспечения целей и позициям маркетинговой бизнеса стратегии рыночных связано с короны установлением декабрь маркетинговых реализации ориентиров. издательский Для развития оптимизации проживает планировании, источник обозначим метро разницу базы между открытыми маркетинговыми уровень целями и человека маркетинговой считают стратегией, высокой чтобы оцениваемым улучшить изготовления существующие и среда найти использование более короны качественные параметров перспективы рекламы АО «прямого Издательский распространена дом «меньше ТРИ диверсифицированная КОРОНЫ». доступе Комбинация разрыв маркетинговых условиях целей и стратегической стратегий маркетинговых компании маркетинг представлена в продвижения таблице 3.4.

рынка Таблица 3.4 – номера Комбинация прошлого маркетинговых метод целей и подражания стратегий выручка компании позиции АО «легального Издательский инструменты дом «увеличение ТРИ новых КОРОНЫ»

относятся Маркетинговые только цели	экспертный Ориентиры, %	материализация Маркетинговая издательский стратегия	swot Ориентиры, %
занимается Увеличить газеты доход	25	рамках Целенаправленность таблица на зарегистрированных три стратегических сегмента небольшими ЦА	знание Повышение спрос точность отношений учета рынков потребностей разработки клиентов распространяется на 50%
партнеры Расширение потребность доли станциях рынка	5	диалога Динамизм в международные оптимизации и затратам доработке глубокого стратегии	печатной Увеличение эмоционального конверсии в 7-12 укреплению раз
таблица Повысить материализация узнаваемости свободном бренда	16	составил Стратегия с большое опорой печатное на функционирования аналитические компании данные	есть Повышение выросла достоверности и перспектив обоснованности недостаточно прогноза в 3 организационно раза
рынке Увеличить решение посещаемость компании сайта	35	исследования Масштабируемость	системы Влияние посчитать прироста мероприятий клиентов перед на объем уровень технико выручки и прогнозирования прибыли результаты от 15 рекламе до

			45%

активизируя Источник: стратегический составлено бизнеса автором ситуацией по маркетинговой методике деятельности Яценко В.В.

глава Целенаправленная массовой маркетинговая составлено стратегия дневник начинается с сильных оценки и управленческие понимания анализ личности успешными покупателя, правовая читателя оснащения или информации идеального широких профиля инвестора клиента. добавочный Стратегия газетно должна переадресация основываться связи на системный четком компании понимании продавца конечного бизнес пользователя диссертация или развития потребителя, выступают чтобы просто использовать высокие существующие формирование нужды, «издательства боли и выводы потребности» издательский покупателя, стратегического перспективные проводимом ценностные опасности ожидания и конкурентных предпочтения в стратегии выборе внутренней канала успешности связи продуктовой для выбора создания исследование рекламных политики кампаний и основе взаимодействия с деятельности издательством. указывают Самое предприятия важное бизнес преимущество состояния хорошо эффективности продуманной рынок стратегии увеличится связано с анкеты возможностью выбранных быстро издательской определить представителей неработающие читателям элементы, конфронтационные заменив спросе их кросс лучшими и короны более петербург эффективными. аутсайдера Стратегия, рисунок основанная активы на отложенные аналитических удостоили данных, научные позволяет составлено маркетологам проработаем составить сочетание более нужд точный развития прогноз, клиентам после меньших тщательной качестве оценки компанию всех аудиторией исходных рябова предпосылок и услуги результатов. представление Масштабируемость (каждый масштабы, необходимо широта и задач охват) откровенные стратегии печатных проявляется в модели способности издательских учитывать действие большие баллов бюджетные долгосрочную затраты методы для сайта обеспечения сравнении достижимого потенциала желаемый компании результат в метро большем (степени синергетическом) едином масштабе. цифровизация Разработка кандидат элементов целевой стратегического продукта поведения комплексная АО «году Издательский узконаправленные дом «приема ТРИ этой КОРОНЫ» деятельности представлена в мере таблице 3.5.

магистерская Таблица 3.5– регистраций Разработка законодательства стратегического

определение поведения (восприятие по И. бизнес Ансоффу)

заключается Критерии	обеспечения Новый показателей рынок	первый Новые опросов позиции	рамках Прирост стратегию выручки, %
оценка Новые является партнеры	бизнеса Выход вторникам на стороны областной таблице региональный правовых рынок с интерактивным приростом 15%	статистических Новый участие продукт — утверждают новая каналу газета «связи Три высоком короны»	15
метро Новые опасности идеи	газеты Новая обобщении технология — повышение использование ограничивается SEO, журналистов SMM в эффективности продвижении разработанной сайта и среду газеты	элементы Интеграция субсидировать интернет- и короны печатного системы издания позитивного на информационных основе уникального нейросетей, metronews AI	25

прямого Источник: учреждены составлено маркетинговой автором содержание по масштабируемость методике около Портера

достоверность Разработка называют стратегия издания маркетинга адреса на корпоративных основе целях сбора и swot реализации действия новые связана идей критерии связана с поступлений выпуском источник обновленного, зависит модернизированного и современные нового дальнейшего продукта маркетинговых на варианты старый инновационных рынок, с издательского определением управленческих масштабов позволил нового информационную позиционирования, проблемы технологического количеству перевооружения, лицами развития газеты маркетинга концентрированные партнерства с вновь новые сведений клиентами и затраты заказчиками. барабашкина Комбинация комплексное связей конкурентные старого и отчетов нового решение рынков, службы сочетание влияние нового и прибыль признанного относятся продуктов, составлено возможность петербурга объединять оценки усилия база нескольких вырос издательства, совокупных выступая связаны как компаний единое только целое, торгового усиливает издательский позиции сформирована издательства финансов на раза основе будем договороспособности (персонала ГЧП, маркетинговых корпоративного предприятия партнерства, зрелости форсайт-

учетом прогнозов) и коммуникационных социальных вагин технологий (ценность информационно-продвижение цифрового радикального наполнения специалистов управленческой и короны индивидуальной услуги коммуникационной вестник деятельности).

рынка Следовательно, маркетинговых для разработка выбора и рекламы внедрения клиента новых гатр стратегий рационально маркетинга маркетинг требуется продвижения проработка и четыре оформление газета миссии газетно издательства и активов миссии деятельности газеты, позиции затем продукцию определяются экономическими цели и окружающей задачи стороны развития, влияния на технологиями основании отличительные которых газете разрабатываются характеристики варианты руководства маркетинговых направлений стратегий (элементов сохранения swot печатного задолженность бизнеса, рациональности укрепления имиджа позиций и реализовать продвижения факторов на газет рынке, интернет расширения и техническая сегментирования статье клиентской маркетинговую базы, позициям создания хорошо новой стратегия газеты, позиции развития году сайта, тематический SMM, расширить таргетированной доступность рекламы, стало привлечения бизнесу амбассадоров). развития Тенденция систем сокращение американским управленческих году расходов покупателя АО «точная Издательский охват дом «стадии ТРИ затрат КОРОНЫ» с 97391 менеджмент тыс следующие руб в 2013 лучше году маркетинговой до 25322 сайт тыс информацию руб. в 2023 г. , стратегии то развития есть экономическая почти в 4 заключения раза, плана свидетельствует о потенциала сокращении верстальщики издательских представлены объемов и представлены свертывании оптимизация работ товара по снижение тиражированию глобального газеты. продуктов Условные прибыль расходы нужно на оценки маркетинг (10% подходов от хозяйствования выручки) средне составляют в 2023 потребностей году 10211 анализ тыс. составила руб, с заключается положительным концепцией прогнозом и техническое увеличением рынке на 2024 составляет год прогноз до 18242 издательский тыс. ушёл руб. маркетинговой или основа на 8031 кузьмин тыс. петроцентр руб. соцсетях Основными конкурентных идеями кембриджского стратегического факторов развития условиях АО «кругов Издательский эксперты дом «определить ТРИ различных КОРОНЫ» в экологические связи с соответствующей этими государственное подходами подаче являются

оформление целевое ведущими исследование целях рынка и сотрудничестве поиск факторов аудитории swot для предприятием новой идеального газеты «исследование Три деятельности короны - стратегии ККК», новые выстраивание темпам новых исследование отношений с маркетинга рекламодателями и характеру заказчиками плана рекламного страницы продукта разработанных на законодательства основе человек партнерства, поведением оптимизация целевой издательской устойчивость деятельности продажу по необходимостью составу, персонал темпам инновации развития и стратегий затратам, газета развитие прогнозирование сайта и специалистов продвижение сценарию издательства в маркетинговая социальных инновационных сетях.

3.2. agile Оценка групп эффективности анализируются разработанной продуктовые маркетинговой фандрайзингом стратегии вариант АО «виде Издательский современные дом «оцениваемым ТРИ продвижения КОРОНЫ»

стратегии Для развивающегося оценки издательский эффективности позиционированию разработанной управления маркетинговой стратегий стратегии предложенные АО «внешних Издательский издательстве дом «издательский ТРИ сценария КОРОНЫ» перспектив будем разработке исходить маркетинга из справочников ожидаемого бизнеса роста идеях отечественного маркетинговые книжного строгий рынка стратегий на 7- 10% и издательства свертывания условий рынка вариантов газетных лежит изданий издательских на 6-9%.

просто Для окружающей издательской управленческих деятельности понимания АО «широта Издательский проведения дом «населения ТРИ только КОРОНЫ» стратегического необходимо направлении пересмотреть стратегиям стратегии субсидии координации и персонал структурирования, технологии когда технологии газеты себестоимость занимают целей более 50% в выпущено затратах выпускается компании. экспертов Изменение общество структуры среды выручки в консалтинговых сторону группу повышения ющук доходов аккумулируют от контент рекламы и быстро Интернет-рекламного распространения форматов позволит издательств получить презентации прирост бизнеса чистой институциализация прибыли.

стратегии Для важны этого акционеров рекомендуются направленности стратегии понятия

совершенствования целей сайта и второй SEO-клиента продвижения. важность Для моделям совершенствования макс маркетинговой аргументированные стратегии разработанной поискового созданной продвижения общение на прогноза основе экземпляра формирования эффективности позитивного основании имиджа маркетинга АО «платформ Издательский директор дом «бизнеса ТРИ издательский КОРОНЫ» маркетинговых рекомендуется степени использовать качестве методы стратегических продвижение котляревская официального затраты сайта, торговля который считаем является зрелости основным приблизительно инструментом получает работы коммерсант компании в отличается Интернете. краудфандингом Официальный согласовывается привлекательный опрошенных сайт массовой позволяет отраслью повысить достижения запоминаемость и издательский узнаваемость методическая компании, корпоративной на тенденций сайте оценка происходит конверсионная общение товара специалистов исследователи компании с получении внешними себестоимости аудиториями, с потребительских заказчиками и нематериальные клиентами, требованиям здесь выбор пользователь количества получает вряд информацию о находится компании, о таблица выполнении петербурга заказов, о длительной перечне динамики консалтинговых затратные услуг, требующей что спецификой постепенно созданием формирует как положительный преимущества имидж, динамическая образ и отмечают репутацию в показатели сознании инноваций целевых и газеты сегментированных индексирование групп критерии заказчиков.

доходов Рекомендации ежедневная по такой оптимизации моменты сайта развития АО «стабилизирующие Издательский объединения дом «читателей ТРИ другие КОРОНЫ» рейтинги включают создания расширение усиленного страницы и возможности точные эксперта ссылки около для газет наполнения преимущество новой заметности информацией разработки по возможных представлению покупать ценностей сохраняется компании, была выполняемым лектории работам, изменениям каталогу и социологический ценам группой на фильмов услуги.

увеличится Затраты журнал по увеличению основным план направлениям насколько совершенствования зависимости сайта осознание представлены в рынок таблице 3.6.

расширение Таблица 3.6 - нравится Основные марки направления миссия совершенствования

миссия сайта детализировать АО «издательский Издательский выросла дом «стратегии ТРИ маркетинговой КОРОНЫ» , инновационной на 2024 г.

сектора Направления	проблемы Затраты, деловой тыс. видео руб.	таблица Результат, анализа тыс. уверенности руб.	процессов Эффективность, %
стратегии Юзабилити, оценкой веб-экспертов дизайн, интернет ре-группой дизайн	17	22	29
спросом Полезный управленческих контент	22	29	32
сократилась SEO- рубрик продвижение	55	72	22
институт Повышение редакторы посещаемости	26	33	25
гарантирует Техническая интуитивное оптимизация	75	98	31
средой SMM	42	52	24
данным Итого	237	311	31

актуальный Источник: неделю составлено месяц автором информации на издательства основании связанные бенчмаркинга метрикам по апреле партнерам и создания конкурентам с ниже экстраполяцией релевантный затрат redirect компании

индивидуальной Затраты негативном на рынке совершенствование развития сайта маркетинговая связаны с исходным оплатой разработки труда сбор веб- бизнеса дизайнера, полиграфии IT-диагностика специалиста, с технических выполнением релевантных работ средств силами выделяются собственных разработок специалистов предприятия или стратегия передачей через услуг конкурентных на менеджмента аутсорсинг. продаж Техническая и короны расширенная новинке поддержка социологического сайта пулково стоит новинке от 13 выбранной до 15 сетях тыс. лежат руб. в специфику месяц, отличается комплексная проработаем поддержка понимании сайта 43-50 селективные тыс. источник руб. в оценка мес. короче Модернизация реализации сайта, уверенности включающая разработок мероприятия услуги по прибыльные расширению и внешней совершенствованию маркетинговые функционала связей интернет-экспертной площадки, управление комплексному проанализированного улучшению, имеет начинается с стратегии оценки ценообразования по хорошо метрикам, связана со metro сравнения с задачи аналогами совершенствования конкурента, с вызывает анализа прочитать выполняемых компании задач и текущей достижением издательский цели. рынке Модернизацию меняя можно таблица считать и анкетирования разновидностью основные редизайна, и бизнеса одним замыслов из задолженность промежуточных анализа

этапов больше работы с персонала сайтом. дома Для повышение повышения продуктовом качества печатных контента приложении сайта пространственный АО «уникальные Издательский предлагается дом «производственном ТРИ количественной КОРОНЫ» непостоянство необходимо отметить продумать стоимости яркость и стадий актуальность критериям подачи населения материала. немова Оценка распространением сайта новых проводится используя по определить юзабилити; задач SEO; идеи контенту; продажи аналитике; времени интеграции. В динамике связи с повышение чем составила требуется связана проработка связано метрик создание для стандарта оценки бизнеса продвижения.

инновационного Использование числе SEO-лучше оптимизации газеты веб-стратегия страниц и маркетинговые технического дифференцированные SEO наиболее повышает конференций возможности существующие сайта занимают занять компанией высокие комплексная позиции в мнения поисковых установления системах: интересного Яндекс, binet Google, оформление Mail.сделка ru и представленности Рамблер. смены Поисковая определить оптимизация выводы требует читателей включения деятельности ключевых составили слов в представительство заголовки свобода страниц, повышения H2 и основные всего задач контента значительно на связанной странице; транспорт написания ориентации метаданных с анализа использованием году ключевых крайне слов; трунина включение человек вставок рынке релевантных необходимостью внутренних самые ссылок в экономическая публикации печатное блога и печатного веб-меньше страницы с источник ключевыми рынка словами.

петербург Техническая сбытовой оптимизация содержание предполагает цели устранение сокращении дублей, представлены дублирующего прогнозов контента, влияние зеркал методологические сайта, факторов выявление набор выделенного составила iP – рынка адреса, статье правильного номеров адреса, smart обеспечивает стратегий микроразметку, сущность индексирование исследования сайта, заключение разработку издательский HTML-элементы карту проектов сайта. выпуск Техническое издательский SEO журналов требует принципы уменьшения чистая скорости списков загрузки издательства страницы; коммуникаций обеспечения эффективности правильной и стратегию интуитивно петербурга понятной результаты навигации и позиции структуры покупателей сайта; истории удобства уровень для рынке мобильных маркетинг устройств с описание помощью организованным

адаптивного развития дизайна; возможностей оптимизации бэкэнде изображений и пессимистичный видео; расширенные использование относительно разметки было схемы (использованных Schema). современные Техническое ориентиров SEO внутренней важно правовая для источников оптимизации конкурентов элементов реализации на книжная странице конкурентов по внедрения каждой методов публикации. магистерская Создание есть отличного количественных UX - издательский критического оценок фактора аудиторий ранжирования оценка Яндекса (и ситуации контента) компания на газет фронтенде и является бэкэнде позиций повышает печатных шансы газеты продвижения короны страницы в эффективности сети к относительно клиенту. прибыль SEO-деятельность продвижение каждом оценивается в продвижения среднем 6 внутренних тыс. представлены руб. в структурирование месяц, прогнозов техническое осмысление SEO банкротства стоит характеристики от 12 руководитель до 15 стратегий тыс. рынке руб.

С пост учетом плана базовых способствует затрат стратегии на издательствами предложенные таблица мероприятия прогнозирование можно партнерства определить компании условный маркетинговой прирост финансирования выручки и стратегии посчитать торговля эффективность отличного мероприятий. задач Выручка и группу затраты способ на оценка предложенные непрерывности мероприятия групп для маркетинг АО «развития Издательский оценки дом «оплата ТРИ условиях КОРОНЫ» состояние представлена в верим таблице 3.7.

позициям Таблица 3.7 – исследованиях Выручка и влиянием затраты изданий на исследования предложенные глубокой мероприятия маркетинговая для жизни АО «продаж Издательский конкурентов дом «бизнеса ТРИ действий КОРОНЫ», 2024 г.

основу Канал перспективности продвижения	реконфигурация Наименование выбранной затрат	базируется Затраты, анкетирования руб.	информации Выручка, выручки руб.	рисков Эффективность, %
стратегии ВКонтакте	лицами Таргетированная рентабельность реклама	15000	18450	23
экономика Телеграм	создание Размещение финансовый постов в внутреннюю других займы каналах	10000	12400	24
элементов Телеграм, основные	предприятия Создание и опроса	12000	14400	20

ВКонтакте	публикация дизайном уникального труда контента			
утверждать YouTube	продолжительностью Съемка метро контента	20000	23400	17

товара Источник: редакционного составлено онлайн автором красюк на парсипативности основании альфред собственных приколота расчетов

бюджета Если более затраты численности на особенности размещение в оформление ВК которая таргетированной статистических рекламы конкуренцией составят 15,0 оперативным тыс. расходы руб., влияния то издание при предприятия увеличении товара выручки стратегия от автором этого управленческих приема фундаментальных на окружение уровне 18,45 каналов тыс. основе руб. заказчиками эффективность года может решению составить 23%.

клиентов Этр = (18450-15000): 15000 = 0, 23 предпочтения или 23%

поиск Рассчитывая рынка расходы целевое на компаниями съемку стратегия контента компании для анализ размещения постоянного на имеет YouTube в мониторинг рамках 20 swot тыс. долгосрочных руб., сразу условно развития ожидается активы увеличение короны выручки более на 23,4 наукоемкость тыс. уровень руб. с странице выходом стало на менять эффективность 17%.

оргструктура Эк = (23400-20000): 20000 = 0,17 прямые или 17%

деятельности Представить работу стратегию методы коммуникации совокупность АО «более Издательский большая дом «метро ТРИ номеров КОРОНЫ» в характеристика Интернет-выделяет среде стратегий по фирмы базовым краткосрочную элементам радикальных можно в реакциями таблице 3.8.

людей Таблица 3.8 – выявление Стратегия определяется коммуникации городского АО «предполагает Издательский культурные дом «издательства ТРИ лидирующих КОРОНЫ» в своевременно Интернет-управления среде

приходилось Элементы	преданного Характеристика уверены элементов	критериев Доминанты	таблице Влияние появилась на состояния эффективность, %	
			раза мин	критери ям макс
1. мониторинг Review	оценки Мониторинг внешними или яндекс отслеживание деятельности общих (начиная информационных) «представлены шумов», важное отслеживать четко метрики оцениваемым USE-(краудсорсинга время перспективы насыщенность печатное ошибки), предприятием RED, ниже LTES, составлено уведомлять о газетных работоспособности принесла сайта)	1.процесс Свобода стратегической бренда и доходов имиджа (встречаются осознание, снова контроль, количеству абстрагирование, улучшает последовательность диссертация задач)	15	32
2. управления Respond	короны Реакция — связей размещение выводы информации о считаете событиях, визуальных налаживание варианты диалога и оценки обмен могут мнениями с стратегии потребителями.	2.индукции Обоснованный тенденцией выбор автоматизированных достоверной уровень информации	22	36
3. издательские Record	разницу Генерация анализ информационного стратегии контента (журнальных интересного, персонала позитивного, стратегии юмористического, компьютерной независимого)	3.распределение Точная и финансово целевая продукции подача слабых сведений	20	42
4. году Redirect	меньше Переадресация (исследованиях через применения PHP, покупателей nginx, выбора htaccess) неработающие или международные генерация предприятия предоставления представлен выгодных и «бизнес любимых» составлено ссылок: клиентам SEO, осознание кросс-которые постинг, оценки обмен оценка идеями, сравнительной публикациями	4.среднем Успешный акцентирования контент (популяризацией уникальный, учет информативный, метро актуальный, сегментов релевантный, показатели тематический, функциональных графически и определяется визуально размещения	26	3

		оформленный)		

этом Источник: аспектов составлено потенциального автором интернет на красюк основании виде разработок синхромаркетинг Кравец М. А. множества Коммуникативная организацию стратегия: концепции систематизация маркетинговой определений, применима подходы к справочников разработке // точности Вестник различных ВГУ. обобщения Серия: газеты Экономика и продаж управление. 2013. №1. С. 149-153.

короны Влияние сильным элементов короны стратегии основными на решение эффективность выстраивания продвижения труда компании распространяется АО «издательства Издательский издательский дом «стало ТРИ элементы КОРОНЫ» целевого варьирует и отраслью связано с компании продолжительностью маркетинга использования учета стратегии, информацию своевременностью анализе замены и товара поставленными продолжительности целями которые компании. нужд Если миссией клиентская научных база представляют увеличиться эффективной на 10 %, баллов то диверсифицированная выручка новой составит чувство тыс. сайта руб., этапы прибыль подорожание увеличится стратегии тыс. относительно руб. коммерция Каждый факторов новый основные клиент “информированной принесет” 120-130 разделение тыс. информации руб. результатом прибыли достижение для с качеством учетом законодательства расширения предельно объема кузьмин издательских получили заказов и тиражированию представленности газет компании в чтобы сети. С жизни учетом стратегий влияния оформление множества базовый факторов более выручка утверждают может появлении вырасти миссии на 25%. газета Такая товару динамика формулирование возможна году при внутренних увеличении демонстрируются численности компании клиентов, происходит формировании миссия пуда коммуникациям или изменение ядра стратегий основных мелентьевой клиентов, разработку повышении есть уровня зрелостью востребованности и таблице ассортимента оборонительная предоставляемых посещаемость издательских, экономической технологических и печатное консалтинговых можно услуг. подчеркивает Затраты связи на программирование интернет-цена маркетинг и автором продвижение групп сайта молдован составят повысить от 200 семи до 550 петербурга тыс. наполнения руб.

июле Расширение структура продвижения и михайлова оптимизация издательский сайта эксперты позволят составлено повысить газетно внимание к также издательской новостной услуге, маркетинг разработать и короны оптимизировать наукоемкости имидж, в перспектив связи с диагностика чем заявок рекомендуется комплекса проводить краткосрочные

замеры стратегии по структуральная индексу условиями лояльности блогов клиентов (бизнес NPS) позволяет на выдается основе ситуации схемы среды расчета:

различного NPS = исследования Промоутеры, % — целевой Критики, % (1)

контента Для маркетинг оценки дизайн эффективности анализа маркетинговых полиграфических коммуникаций бизнеса необходимо отношений проводить нынешних опросы и краткосрочной выявлять расширение довольных и институциализация недовольных включение клиентов. В альфред апреле 2023 клиентов года в интенсивностью удаленном абстрагирование опросе негативном приняли дадаев участие 10 опрошенных компаний, конкурентная из респондентов которых 6 миссии оказались качественной довольны существующие издательскими эффективности услугами, а 4 основные респондентов методов ответили экономической отрицательно. В детализации результате использования лояльность технологий клиентов коммуникаций составила 20 %, образования то деятельности есть помогать оказалась менеджмента невысокой.

контента Лояльность = (6: 10) – (4: 10) * 100% = (0,6 - 0,4) * 100% = 20 %.

В кабанова результате маркетинг развития перспективу отношений с источник потребителем в число рамках заказов концепции представлен взаимоотношений задачи формируются эффективность различные меньшую прагматичные «условий миксы», пользовательский основанных ниже на стратегий сочетании наступлении вариативных стратегии решений финансирования маркетингового компаниями комплекса - «4P», «4A», «4L», «4E», «4I», «7C». читателей Лояльность матричный предстает в различные виде оценка эмоционального и роста рационального преимуществ экономического оказывает поведения материальной клиентов, положительный позитивного, оценка увлеченного и прошлого преданного относительно программе и марстон принципам регулярности взаимодействия необходим читателей и после клиентов с продукции АО «условиях Издательский газеты дом «инструменты ТРИ регулярно КОРОНЫ». содержание Лояльность горожан может значимость менять издательский от 25 динамичные до 45% в связи течение 2024-2025 страниц гг.

качеством Можно причинам предложить отношений варианты устройств прироста анализа эффективности эффекты на платформ основе выстраиванию внедрения хефнер новых

ценности стратегий меньше маркетинга: структурные сегментирования индивидуальной рынка, стратегий увеличения стратегического бюджета интернет маркетинга и вопроса разработки проблемы инновационного цели маркетинга. influencer Учитывая давности варианты и духовной сценарии краткосрочной развития клиента компании, рубль отметим, журнале что рубля для устойчивых расчетов предложения использована коммерции выручка 2022 достигает года, достоверной базовый стратегий вариант новую отличается млрд увеличение стратегии выручки рыночного на 10%, требованиям оптимистичный - решения на 25%, субсидия пессимистичный партнерство на 5%. точек Изменение общих себестоимости целевого основано активизацией на менеджмента определении аудитории тенденций в ремчуков росте известных инфляции, опроса совокупных является затрат палате на стратегии издательскую аудитории деятельность.

продвижению Таблица 3.9 – стилистика Прогнозирование издательства эффективности основные маркетинга аудитории АО «предприятия Издательский краудсорсинга дом «сущность ТРИ доли КОРОНЫ» в функциональная результате частью внедрения расширения стратегий преподаватели маркетинга, инструментальных тыс. уникальная руб.

стратегий Показатели	распространяется Сценарии		
	swot Оптимистичный	россии Пессимистичный	решений Базовый
рынках Выручка	123256	103535	108465
фокуса Прирост маркетинговых выручки	24652	4930	9860
развития Себестоимость	103846	100232	97455
реестре Уровень маркетинговой рентабельности, %	18,7	3,2	11,3
приобрело Бюджет продвижения маркетинга	12233	9822	9200
германии Эффективности также маркетинговых основе затрат (бизнеса отношение доцент прироста прогноза выручки к связана бюджету товара маркетинга)	2,01	0,52	1,07

предпринимательской Источник: тенденции рассчитано и определение составлено крепких автором с альтернативные учетом маркетинговой тенденций и маркетинг сценариев

В коллектив зависимости пресса от условиях сценария среды развития, количества

условий и человек реализации клиентами стратегии связана маркетинга выручки выручка спроса издательства в маркетинговой перспективе короны составит маркетинг от 103535 (основе по имиджа пессимистичному количеству сценарию) закон до 123256 лидерами тыс. читателей руб. (сети по издательский оптимистичному). резервов Уровень бизнес рентабельности рынка достигнет 3,2%, 11,3% и 18,7%. С ниокр учетом исследования бюджета понимает маркетинга в направлений объеме 12233 прочие тыс. точек руб. основывается эффективность конкурентами внедрения новых маркетинговых прибыли стратегий мероприятий составит 2,01 государственная руб., разработка то оценки есть конкуренции на утверждают каждый теоретические затраченный вариантов на развиваться маркетинг учетом рубль газеты будет издательский получено 2 выбор рубля необходимо выручки. дневник Следует бизнеса учитывать, пятью что бизнес снижение исследований расходов таких на коды маркетинг помощью ведет к целей сокращению основано объемов стратегия выручки и товара прибыли.

издание Следовательно, окпо на системе перспективу необходимо для совокупная издательства вертикальный предлагается бюджета диверсифицированная составу маркетинговая деятельность стратегия с производитель целенаправленностью демаркетинг на внешней три покупатель сегмента печатного целевых меньше аудиторий. операционная Стратегия рекомендуется разработана рынке основе издания комплекса достигают мероприятий, проектов включающих целевого разработку процессов миссии, квартал выбор план цели, различаются определение условные маркетинговых компания задач, прирост сравнение новому вариантов акционерные предлагаемых креативные маркетинговых и рынок коммуникационных стратегия стратегий, верим расширение году представленности условии издательства в результате сети с организации доработкой обоснованной сайта, отдельного решение можно задач уровень повышения технологий лояльности первичные читателей и издательства клиентов. направлениях Оценка аспектов потенциала достоверности эффективности рынков предложенных году мероприятий информационной по стратегического совершенствованию большие маркетинговой достижением стратегии сегмента АО «стабильным Издательский продвижения дом «номинальная ТРИ подбор КОРОНЫ» ответственности проводится оптовая по выбора выстроенной маркетинга

стратегии бумагу сохранения число имиджа и достигли бизнеса метро газеты «числе Метро», представлена расширению занимающееся издательской и информации рекламной найдет деятельности, рекламный развитию выручка сайта, популярной продвижению в актов Интернет-оперативность среде внутренним на повышения основе сохранить SEO и способности SMM, образ повышению стабильностью уровня внедрения лояльности цикла клиентов, спонсорингом партнеров и оформленный читателей. кроме Стратегия инновационных поискового обработки продвижения экологического связана с выполняемых функциональной и технологий коммуникативной выбору эффективностью (углубленных семиотическая — обобщить коды газеты при имеют разработке останется текстов, ценовые технологическая — мезо каналы описание коммуникации). технологий Оптимизация баллов функциональной и позиции коммуникативной повышения эффективности обеспечивающих нацелена предприятия на была расширение возможностей аудитории, персональным на внешней доступное, оставаться верное и показано точное сегменты донесение источники информации высоким до анкетирования целевых перед групп, занимающегося наращивание обратимся уверенности и решения представленности эффективного компании в язык интернет-маркетинговая среде. издательском Затраты издательский на концентрация совершенствование клиентов сайта одни АО «расширению Издательский лидер дом «должны ТРИ swot КОРОНЫ» этапы окупятся с стратегий рентабельностью 31%.

широкую Выводы экологического по оборудование главе

1. приспособления На короны основании рынок выявления читателей проблем и анализ оценки эскизного условия качество развития наиболее издательства графическим разработана дают диверсифицированная информации маркетинговая системе стратегия с была целенаправленностью необходимы на которые три оценивается сегмента уникальности целевых промышленной аудиторий. согласовывается Стратегия информации разработана конкурентоспособностью основе исследование комплекса клиентской мероприятий, короны включающих прибыли разработку уровнем миссии, направленных выбор освоения цели, недовольны определение включающих маркетинговых цифровизация задач, меньше сравнение связи вариантов производство предлагаемых всего маркетинговых и стратегической коммуникационных полиграфического стратегий, всего расширение сайта

представленности разработана издательства в объема сети с неполадки доработкой микс сайта, систему решение высокий задач стратегии повышения зарплата лояльности газета читателей и печатного клиентов.

2. основании Для прессы АО «точек Издательский слабые дом «автором ТРИ деятельность КОРОНЫ» уровне разработана диверсифицированная миссия: «внутри Настойчиво и покупателя регулярно шумов оказывать стратегий качественные печатное услуги и которые помогать стратегий бизнесу и газета клиентам, достигнутом гражданам и редакционную компаниям налогового достигать построенные целей в достижение информационно-объединению издательском мужчины деле». диагностика Миссия достижения газеты «спроса Метро» «поддержки Стать метро первыми в ресурсов регионе гражданам по известных активному хажмурадова распространению метрополитена информации, технологическая по бренду регулярности рыночных связей с крымов читателями, таблице качеству расширения статей, издательской достоверности и сайта полезности продвижения сведений».

3. единое Затраты продаж на перспективу совершенствование дома сайта обоснование АО «самая Издательский цифровых дом «соперничества ТРИ массовой КОРОНЫ» волатильность окупятся с общество рентабельностью 31%. функционирования Эффективность гражданами продвижения стабильностью сайта сформулированы по стратегии каналам с содержание помощью обсуждении SEO опросам составит 17-24%. услуг Если недостаточно затраты базовая на менеджмента размещение в рамках ВК содержание таргетированной эмоционального рекламы стратегий составят 15,0 таблице тыс. появилась руб., автором то требуется при можно увеличении микс выручки информации от получена этого спросе приема опросе на маркетинговые уровне 18,45 стратегии тыс. партнера руб. разрабатывается эффективность связанными составит 23%. газетно Использование качестве SEO-лояльностью оптимизации направлений веб-бренда страниц и опросы технического представлена SEO эксперты повышает связи возможности газеты сайта факторы занять регулирующих высокие активного позиции в нового поисковых укрепление системах: расширение Яндекс, услугами Google, прогнозирования Mail.сильные ru и маркетинга Рамблер.

4. регулирования Лояльность услуги читателей публицистики достигнет 25-45%. В отметить результате широта внедрения требуют стратегий ежедневных маркетинга

вовлеченности выручка экспертные вырастет этапы до 123256 спецификациям тыс положение руб., маркетинга уровень технологического рентабельность ценовые составит 11,3-18,7%, стратегия эффективность сохранить маркетинговых предлагается вложения 2,01 оквэд руб./ современном руб.

короны **Заключение**

технологий На сотрудничество основании оказывает проведенного вузов исследования имитационные сделаны стратегии выводы и потребителей обоснованы законодательства предложения регулирующих для бизнеса разработки предприятия маркетинговых рекламного стратегий бизнес АО «компетентного Издательский короны дом «находится Три комплекса короны»:

1. стратегии На этого основании новинки обобщенных внимание научных либо разработок и фазам публикаций здоровья по динамично теме формирования исследования внешней определена интеграции сущность обоснование маркетинговой нейросетей стратегии, схемы которая издательский связана с маркетинговой сохранением продвижением позиций получала на лояльностью рынке главное на находится долгосрочную клиентов перспективу, с приема повышением омниканальности уровня перспективу клиентоориентированности и таблице конкурентоспособности. маркетинговых Стратегия разработанные маркетинга привлечения как «комплекс динамическая, отличительные гибкая примерно система решения взаимосвязанных и регионе взаимодополняемых клиента действий, разработке решений, когда технологий, периодической правил и таргетирования приемов, сохранением обеспечивающих бизнеса эффективность, открытых сбалансированность, года формирование и затратам поддержание в анализе длительной конкуренции перспективе маркетинговых устойчивых путем конкурентных методов преимуществ рынка фирмы внешних на перечень внутренних и портрета внешних могу рынках». стратегии Маркетинговые составила стратегии, исполнении составляющие более сущность будет самого использования маркетинга, регионе разрабатываются новшества на году долгосрочную материалов перспективу месте на источник основе доходов анализа лояльностью условий, отношений факторов среде влияния, маркетинг разработки таблице миссии, важна цели, перехода задач с информации учетом переходом состояния социальных внешней предстает среды, маркетинговой адаптивности и опросы динамики экземпляре внутренней распространения среды, контента реализуемых маркетинговых инновационных патиентные маркетинговых динамично программ, году проектов, материалы микс-системы маркетинга 4P-7P.

2. инноваций На связана основании количества анализа метро выбранного посвящённые объекта доходов исследования - связи Акционерное стратегическая общество «совокупности Издательский основные дом «более Три сетевую короны», маркетинговых занимающегося стратегий изданием издательский газет, микс журналов, газеты периодических издательской изданий, деятельность адресных маркетинга справочников, деле определено которые состояние силы бизнеса и участвуют выявлены цифровизации проблемы использовать позиционирования оценка издательства вида на развития рынке. газете Деятельность конкурента АО «площадки Издательский касающихся дом составлено Три рынке короны» в маркетинговой Санкт-разработке Петербурге связанных отличается глубоком особенностями, инноваций которые устойчивость связаны с простоты отраслью и издательский сферой исследования деятельности, размещения состоянием и когда зрелостью рынке регионального точное рынка. обоснование Выручка укрепление компании автором выросла в 2022 услугами году стадий на 23339 розничная тыс. мнения руб. к 2021 леви году и возраста составила 98605 адаптации тыс. стоимости руб. деятельности Самая фото большая диверсификации чистая минимизации прибыль заражения АО «рынке Издательский властей дом «элементов Три товару короны» совокупность получена в 2014 позиций году и только составила 107 428 вознаграждения тыс. издательского руб., 2016 покупателя году расширения чистая промежуточных прибыль региона составила 72 163 этапам тыс. тарасевича руб., модели что территориальный также государства весьма короны значительно. компанией Но в 2022 источников году издательства валовая ежедневная прибыль касающихся составила либо только 18723 техническое тыс. экспертные руб., а прибыли чистая вопросам прибыль систематизированных сократилась млрд до 371 причинам тыс. корпоративный руб. малая Общая молодого сумма продукции поступлений политики от отличающаяся текущих развития операций значимых на 2022 увеличению год — 106 025 сайта тыс. событий руб. издательских Компании мужчины отличается регламентирующих высоким источником уровнем меньше закредитованности. убытка Долгосрочные эксперты обязательства в 2022 удобство году появилась составили 2434 слабую тыс. оптимизировать руб. а статье краткосрочные позициям достигли 30936 определение тыс. клиентоориентированность руб. стратегии Кредиторская товару задолженность маркетинговых выросла контент до 28680 маркетинга тыс. анализ руб.

маркетинговой Кредиторская социальный задолженность понимания АО «периоду Издательский указывают дом «уровень Три компании короны» в 2022 изменение году выручка составила 28680, авторской что бренда на 1531 бизнес тыс. формата руб. инновационного меньше, высокий чем в 2020 первом году и рынка на 2070 выбор тыс. оформление руб., системы чем в 2021 расходы году.

3. pestel PESTEL-предприятия анализ персоналом позволил валовая выявить менеджменте влияние media политических и конкурентами правовых населения факторов, оставляют связанных с решение геополитической продаж ситуацией, с короны внутренней понимается политикой, журналистов стабильностью инноваций внутри такой страны, мигранты лояльностью выстраивается властей, конкурирующего четкостью перспективе правовых гасило регулирующих и этапы разъясняющих сравнении решений. повышает По оснащенной совокупности рисунок факторов интуитивном политическая и короны правовая года среда рынок оказывают включают влияние дифференцированные на миссия издательский этого бизнес в ожидаемые размере 10-25% в рынка зависимости понимания от внешнюю продолжительности готовности трансформаций и стратегий неустойчивых короны явлений. характеру Изменение инструментов налогового составила законодательства, доступное волатильность коммуникация рубля, систематизированных снижение рекомендации доходов повышение населения и согласиться низкая инновационного оплата бизнес труда в деятельность издательском различных деле дифференцирован оказывают программы влияние целевой на подпиской устойчивость и анализа развитие году бизнеса, связей меняя конечно его рубля на 20-34%. юрлиц Влияние вызывает НТП, территориальный интернет, е-вопросы коммерция, журналистов нейросети и схем AI издательской оказывают моделям влияние динамика на подходами издательский и странице газетный году бизнес компании на методы уровне 30-38%.

4. регулярности На рынка рынке декабрь печатных газете СМИ продвижения хорошо среды известна анализа читателям опираясь газета «адаптации Метро», оформлению которая реализации издается с 2005 особенностей года и объединяющая распространяется потребитель бесплатно в конкурентов объеме 150 макс тыс. направлений экземпляров. аудитории Metro — бумаги это исследование мультиканальная рыночных платформа, сведениям

объединяющая оптимизация печатное межрайонная издание, пассивов сайт преобладание metronews.развития ru, с расходов аудиторией 1,06 таблица млн заказчиками человек в ежедневно месяц, и газет социальные оборонительная сети с сценариев совокупной базовый аудиторией 98 связана тыс. газета человек в среды месяц. книги Примерно 75% инновационно опрошенных относятся горожан разработки отмечают, этой что корпоративный им «ориентированными Метро» принципов нравится, а точек недовольны фазы качеством маркетинга менее 3% пассив питерских боли читателей. свойства Содержание и достоверности оформление данным газеты стратегического читатели сущностью оценивают мнений пятью реализации баллами позволит из 10 издательский баллов, короны стиль 7 была баллов, устройствах язык и множество печать 9 и 10 издательской баллов.

5. мониторинга Для позволяют выбора и правовых внедрения связаны новых рынке стратегий введение маркетинга однако требуется потребностей проработка и синхронизации оформление действий миссии издательской издательства и печатное миссии представлены газеты, известной затем июле определяются адресных цели и идеями задачи деятельности развития, увеличить на позволяют основании взаимодействия которых примерно разрабатываются практической варианты понимания маркетинговых юзабилити стратегий (короны сохранения доходов печатного конкурентоспособности бизнеса, связано укрепления периодической позиций и человек продвижения бизнес на учетом рынке, классических расширения и услуг сегментирования будем клиентской было базы, клиентов создания между новой влияние газеты, редакционного развития условия сайта, сами SMM, стратегии таргетированной таблице рекламы, адаптивности привлечения базовым амбассадоров). бизнес Тенденция элементы сокращение газет управленческих обработку расходов стратегической АО «изданием Издательский количественные дом «продвижения ТРИ интегрированной КОРОНЫ» с 97391 газеты тыс. приемов руб. в 2013 выручка году уверен до 25322 джонс тыс. отметить руб. в 2023 г. , быстро то аспектов есть направления почти в 4 таблице раза, денежные свидетельствует о прогнозированием сокращении интереса издательских ценностные объемов и номера свертывании номеров работ усиленного по безграничны тиражированию подходы газеты. того Условные деятельности расходы решения на метро маркетинг (10% качественные от издательской выручки) форма составляют в 2023

google году 10211 промоутеры тыс. журнал руб, с населения положительным приобретения прогнозом и учетом увеличением захвата на 2024 нынешней год сайта до 18242 проводится тыс. управленческого руб. числе или издательство на 8031 маркетинговых тыс. короны руб. схем Основными барабашкина идеями совокупности стратегического газет развития доход АО «выражения Издательский свыше дом «отсутствие ТРИ выручка КОРОНЫ» в новых связи с особенностями этими стратегий подходами уникальностью являются формата целевое составить исследование коллектив рынка и компании поиск бумажных аудитории центральное для специфику новой повышения газеты «отличалась Три составила короны - диверсифицированный ККК», уникальность выстраивание стратегии новых является отношений с продвижения рекламодателями и анализ заказчиками методы рекламного клиентские продукта план на автором основе подорожание партнерства, сетях оптимизация бюджетов издательской эксперты деятельности снова по связано составу, определение темпам основными развития и мнения затратам, целостность развитие состоящие сайта и информации продвижение геополитической издательства в доходов соцсетях.

6. перспективам Для освоения АО «спада Издательский управленческого дом «сочетание ТРИ издательской КОРОНЫ «маркетинговой на выгодных перспективу проблемы для если издательства издательства предлагается анализа диверсифицированная онлайн маркетинговая предполагает стратегия с дизайна целенаправленностью анализ на платформа три разработка сегмента санкт целевой оптимизации аудиторий. экземпляров Стратегия связана разработана ограничениями основе продукт комплекса разработок мероприятий, изменении включающих развитие разработку товарной миссии, предприятия выбор стратегии цели, работы определение года маркетинговых сильные задач, долгосрочной сравнение зависит вариантов ресурсов предлагаемых премиальный маркетинговых и сохранения коммуникационных заинтересованных стратегий, короны расширение рынка представленности ценностной издательства в определение сети с активного доработкой синтеза сайта, санкт решение стратегия задач альянсы повышения кабардино лояльности решение читателей и коммуникационные клиентов. органический Разработана черты миссия: «качеством Настойчиво и исполнителей регулярно стилистика оказывать основании качественные корпоративная услуги и оценки помогать инструменты бизнесу и клиентам,

гражданам и компаниям достигать целей в информационно- издательском деле». Миссия газеты «Метро» «Стать первыми в регионе по активному распространению информации, по регулярности связей с читателями, качеству статей, достоверности и полезности сведений». Стратегия поискового продвижения связана с функциональной и коммуникативной эффективностью (семиотическая — коды при разработке текстов, технологическая — каналы коммуникации). Оптимизация функциональной и коммуникативной эффективности нацелена на расширение аудитории, на доступное, верное и точное донесение информации до целевых групп, наращивание уверенности и представленности компании в интернет-среде. Затраты на совершенствование сайта АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ» окупятся с рентабельностью 31%. Эффективность продвижения сайта по каналам с помощью SEO составит 17-24%. В результате внедрения стратегий маркетинга выручка вырастет до 123256 тыс руб., уровень рентабельность продаж составит 18,7%, эффективность маркетинговых вложения достигнет 2,01 руб./ руб.

Список использованных источников

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (последняя редакция)
3. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 11.06.2021)
4. Указ Президента РФ от 20.11.2020 № 719 «О совершенствовании государственного управления в сфере цифрового развития, связи и массовых коммуникаций»
5. Монографии, учебники, учебные пособия
6. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2016. – 352 с
7. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов. - Спб.: Питер, 2012. - 556 с.
8. Баранов А.Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика. - М.: ИЦ РИОР, 2017. – 85 с
9. Бест Р. Маркетинг от потребителя. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.- 696 с.
10. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С.В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С.В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 474 с.
11. Клейнер Г.Б., Агафонов В.А., Балычева Ю.Е. Мезоэкономика России. Стратегия разбега. Монография.- М.: Научная библиотека, 2022.- 808 с.
12. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. - М.: Минцифра, 2023.- 100 с.

13. Красюк И.А., Крымов С.М., Иванов Г.Г., Кольган М. В. Инновационный маркетинг- М.: Дашков и К, 2020. - 170 с.
14. Мальцева Ю.А., Котляревская И.В., Багинская В.А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет-пространстве: монография. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. - 73 с.
15. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с франц.- СПб.: Наука, 1996.- 589 с.
16. Реброва Н.П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 186 с.
17. Фролов В.В. Маркетинг в издательском деле: учебное пособие. - М.: Московский государственный гуманитарно-экономический университет, 2014. - 149 с.
18. Шевченко Д.А. Стратегический маркетинг. - М.: Директ-Медиа, 2023.-372 с.
19. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент». — 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 351 с.
20. Диссертации, авторефераты диссертаций
21. Гвоздарев Д.А. Маркетинговое управление сельскохозяйственными предприятиями (на примере Ленинградской области) / Автореферат диссертации канд. экон. наук. - СПб.: 2012- 24 с.
22. Курасова М.А. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятий на основе внедрения интернет-технологий / Автореферат диссертации канд. экон. наук. - Пенза: ПГУ, 2005. - 24 с.
23. Скляров А.Е. Разработка методического инструментария оценки и прогнозирования инновационной деятельности наукоемких предприятий / Автореферат диссертации канд. экон. Наук.- М. 2021 . - 24 с.
24. Яценко В.В. Методология, модели и механизмы формирования, развития

и трансформации компетенций высокотехнологичных предприятий / Автореферат диссертации доктора экон. наук. - М.: МГТУ, 2022. - 49 с.
25. Научные статьи
26. Абдурахманов Ш.Р. Основные особенности современных маркетинговых стратегий // Матрица научного познания. 2019. № 5. С. 64-70.
27. Алтынбаева Э.Р., Николаева А.Б., Дараган А.В. Интеллектуальная модель бизнеса как основа конкурентного преимущества современных компаний // Научное обозрение: теория и практика. 2019. № 2. С. 87-93.
28. Антипова Ю.К. Выбор маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. 2021. № 1 (43). С. 9-14.
29. Антонов В.Н. Маркетинговые стратегии распределения товаров в условиях развития экологического маркетинга // Инновационное развитие экономики. 2022. № 3-4 (69-70). С. 97-101.
30. Акперов И.Г. Организация стратегического маркетинга в торговле: инновационный аспект // Практический маркетинг. 2017. №7 (245). С. 26-29.
31. Бойко В.П. Разработка инновационной стратегии предприятия: от видения до реализации // Инновации в менеджменте. 2021. № 2 (28). С. 12-19.
32. Брутян М.М. Цифровая революция в маркетинге // Практический маркетинг. 2019. №2 (264). С. 3-15.
33. Будагов А.С., Молчанова Р.В. Будущее цифровых технологий в маркетинге // Актуальные проблемы экономики и управления. 2022. № 2 (34). С. 16-23.
34. Вагин Д.Ю., Немова О.А., Барабашкина Е.В., Трифанова А.А. Современные маркетинговые подходы к повышению конкурентоспособности организации // Актуальные вопросы современной экономики. 2021. № 11. С. 448-451.

35. Гасило Е.А. Оценка результативности маркетинговых стратегий торгового предприятия // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2021. № 10. С. 132-135.
36. Горлевская Л.Э. Технологические возможности таргетирования маркетинговых коммуникаций // Друкеровский вестник. 2022. № 3 (47). С. 43-51.
37. Грязнов С.А. Маркетинговые стратегии B2B и B2C // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 68-5. С. 33-36.
38. Гузельбаева Г.Т., Дараган А.В. Анализ методических подходов к выбору критериев и системы показателей маркетинговой деятельности предприятия // Горизонты экономики. 2016. № 6-2 (33). С. 43-46.
39. Гумеров А.В., Полюшко Ю.Н., Дараган А.В. Прогнозирование производственных показателей функционирования компании с использованием трендовой модели // Горизонты экономики. 2019. № 6 (52). С. 28-31.
40. Дадаев Я.Э., Хажмурадова С.Д. Современные инструменты маркетинга // Вестник научной мысли. 2021. № 6. С. 185-190.
41. Денисенко И.А., Шашло Н.В., Кузубов А.В. Маркетинговые коммуникации на рынке инновационных товаров // Сервис plus. 2021. Т. 15. № 1. С. 58-66.
42. Дербин И.В. Особенности маркетинговых стратегий на высокотехнологичных рынках // Актуальные исследования. 2021. № 20 (47). С. 51-53.
43. Дисперова Н.А., Шеверева Е.А. Развитие цифрового маркетинга в России. Проблемы и перспективы // Russian journal of management. 2020. Т. 8, № 1. С. 1-8.
44. Дуйшеналиева А.Дж., Аттокурова А.А., Риферт К.П., Масирова С.К., Чжун Юн. Маркетинговые стратегии как инструмент управления конкурентоспособностью предприятия // Наука и инновационные

технологии. 2023. № 2 (27). С. 97-102.

45. Кабанова А.А., Попова А.О. Цифровой маркетинг: основные инструменты, особенности и тенденции развития // Инновационные научные исследования. 2021. № 5-3 (7). С. 30-39.
46. Коваленко А.Е., Буторина О.С., Ткаченко В.А., Терещук Е.А. Разработка алгоритма внедрения технологий интернет-маркетинга в сфере предприятий малого бизнеса // Вестник евразийской науки. 2022. Т. 14. № 2. С. 1-6.
47. Кокуйцева Т.В., Овчинникова О.П. Методические подходы к оценке эффективности цифровой трансформации предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности // Креативная экономика. 2021. Том 15. № 6. С. 2413–2430.
48. Колодник Т.Д. Особенности цифрового маркетинга // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2021. № 1. С. 100-108.
49. Коробов О.В. Маркетинговый аудит в издательском деле: сущность, особенности, этапы организации // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №27. С. 59-64.
50. Кононенко Р.В., Карнаухов И.О. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях современной информационной среды // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 4 (89). С. 250-259.
51. Красюк И.А., Пашоликов М.А. Таксономия подходов к формированию стратегий: значение для теории бизнеса и понимания маркетинга в деятельности предприятий // Экономические науки. 2021. № 202. С. 131-136.
52. Кренева С.Г., Лежнина Т.А. Выстраивание коммуникаций с потребителями в цифровой среде // Инновационные технологии управления и права. 2021. № 1 (30). С. 8-13.

53. Кудина М.В., Кузьмин С.С. Интеграционная парадигма корпоративного роста: стратегии открытых инноваций // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. № 89. С. 19-31.
54. Кузнецова Н.В. Инновационная составляющая деятельности предпринимателя: к вопросу определения сущностных характеристик // Экономика и политика. 2021. № 1 (17). С. 10-14.
55. Кузьмин С.С. Стратегии и бизнес-модели для открытых инноваций // Экономика устойчивого развития. 2022. № 1 (49). С. 48-54.
56. Куликова Е.С. Тренды трансформации цифрового маркетинга // Глобальный научный потенциал. 2022. № 7 (136). С. 170-172.
57. Купчинская Ю.А. Особенности стратегии продвижения инновационного продукта // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. №2 (7). С. 78-83.
58. Курипченко Е.В. Современные тенденции развития интернет-маркетинга: стратегии и инструменты // Сборник научных работ серии "Экономика". 2020. № 19. С. 124-132.
59. Лекарева Ю.С. Инновационные приемы маркетинга в практике продвижения товаров // АНИ: экономика и управление. 2021. №2 (35). С. 222-228.
60. Лундин А.Е. Современные тенденции развития маркетинга в условиях цифровой трансформации бизнеса // Успехи в химии и химической технологии. 2021. Т. 35. № 1 (236). С. 48-49.
61. Маркелова Ю.В., Сахаутдинова Н.Ю. Маркетинговые стратегии современных коммерческих предприятий // The Scientific Heritage. 2022. № 85-2 (85). С. 17-19.
62. Мелентьева О.В., Приколота Н.Е. Стратегические векторы обеспечения эффективности предпринимательской деятельности на основе цифровых платформенных решений // Управленческий учет. 2022. № 7-2. С. 301-308.
63. Минаева Н.В., Фукс А.Ю. Интегрированный подход к комплексу

продвижения торговых марок // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 49. С. 410-412.

64. Михайлова В.М., Ющук Д.Д. Классификация маркетинговых стратегий предприятия в цифровой среде // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №8. С. 142-148.

65. Мищенко Т.Л. Маркетинговые стратегии как инструмент развития бизнеса // Финансовый менеджмент. 2023.№ 2-2. С. 74-80.

66. Молдован А.А. Международные маркетинговые стратегии // Наукосфера. 2022. № 4-2. С. 368-373.

67. Олимова Н.Х., Саидмахмудов С.Х.У., Хакимов О.Б.У. Маркетинговые стратегии удовлетворения потребностей покупателей в совершенствовании товарной политики промышленных предприятий // Ceteris Paribus. 2022. № 4. С. 40-43.

68. Пинский А.И., Гусев Ю.В., Половова Т.А. Формирование интегрированной бизнес-концепции предприятий на основе инновации ценности продукта/услуги // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2022. № 2. С. 43-58.

69. Петенко И.В. Маркетинговые стратегии предприятия: информационные аспекты, цифровые и экологические векторы // Торговля и рынок. 2022. Т. 2. № 3-1 (63). С. 195-202.

70. Полилей А.Г. Роль стратегического планирования в инновационном развитии предприятия // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 47. С. 71-75.

71. Попова М.Ф. Самореклама и работа с аудиторией как основные звенья маркетинговой стратегии малой прессы // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29, № 1. С. 89-98.

72. Продан Е.М., Крайнева Р.К. Интернет-технологии как инновационный метод в процессе продвижения услуг // Интернаука. 2021. № 17-1 (193). С.

49-53.

73. Райтер К.А. Цифровая трансформация маркетинговых стратегий малых B2B компаний (на примере строительных компаний) // Экономические науки. 2021. № 198. С. 94-101.
74. Рувенный И.Я., Касимова Э.Р., Кузнецова Е.В. Актуализация применения креативных технологий в маркетинге // Бизнес. Образование. Право. 2021. № 2 (55). С. 79-83.
75. Рябова Т. Г. Рынок печатных изданий Санкт-Петербурга: современное состояние и тенденции // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2009. №1-1. 115-121.
76. Савельева Н.К., Сметанина А.И. Механизм разработки инновационной стратегии организации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12. № 3-1. С. 372-380.
77. Савельева Н.К., Созинова А.А., Крюкова А.Д., Лутошкина А.К. Маркетинговая стратегия: осмысление понятия учеными и инструментом CHATGPT // Практический маркетинг. 2023. №6. С.
78. Сапунов А.В., Сапунова Т.А. Синергия стратегического менеджмента и инноваций в организации // Вестник Академии знаний. 2022. № 50 (3). С. 288-291.
79. Суслов Е.Ю., Минаев Д.В. Систематизация феноменов цифровизации маркетинга: концепция и пример реализации // Управленческое консультирование. 2021. № 4 (148). С. 64-80.
80. Тимошенко А.В. Цифровая трансформация российских компаний // Тенденции развития науки и образования. 2022. № 87-4. С. 127-130.
81. Трунина О.Ю. Типовые маркетинговые стратегии предприятий: рекомендации по совершенствованию // НК. 2023. №1. С.ращения:2023).
82. Устинова А.С., Аюпова К.Р. Маркетинговые стратегии российских и зарубежных компаний на этапе стартапа: сравнительный анализ // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 6-

4 (81). С. 147-150.

83. Феоктистова У.А., Романович В.К. Коммуникационная кампания бренда: сущность и особенности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 2 (84). С. 200-202.
84. Хирачигаджиева М.М. Маркетинговые стратегии антикризисного управления // Научный альманах. 2021. № 4-1 (78). С. 72-74.
85. Чагарова М.И., Артамонова Е.Г., Переверзева М.К. Маркетинговые коммуникации как способ реализации программы продвижения // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 49. С. 441-444.
86. Шаяхметова Д.А. Современные цифровые технологии в маркетинге // ВУЗ и реальный бизнес. 2021. Т. 1. С. 258-261.
87. Шендо М.В., Свиридова Е.В. Влияние цифровых технологий на современные тренды инновационного маркетинга в коммуникациях с потребителем // Вестник АГТУ. 2022. №1 (73). С. 63-69.
88. Юдакова О.В. Процесс разработки успешных маркетинговых стратегий // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2022. № 1-2. С. 206-209.
89. Яненко М.Б., Яненко М.Е. Инновации в маркетинговых стратегиях, вызванные пандемией COVID-19 // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 12 (126). С. 202-204.
90. Интернет-ресурсы
91. Санкт-Петербург и Ленинградская область: рейтинг СМИ за I квартал 2023. URL: https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12109/?ysclid=lqc5hmmztf931786173 © Медиалогия
92. Отчет Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации об основных итогах деятельности в 2021 году. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPRrJRXlUFoewruP6YHd8iycIoOEKetcuN3yx8tgZeT

93. Маркетинговые стратегии брендов в новых реалиях. URL: https://adindex.ru/publication/analitics/108384/2020/07/30/284291.phtml
94. Маркетинговая стратегия: виды, разработка и реализация. URL: https://school.kontur.ru/publications/2088
95. Тренды digital-маркетинга в 2022 году: что изменится, а что останется. URL: https://habr.com/ru/company/click/blog/597055/
96. Продвижение компании: стратегия продвижения инновационных брендов на массовом рынке. URL: https://exiterra.com/blog/dlya-biznesa/prodvizhenie-kompanii-strategiya-prodvizheniya-innovatsionnykh-brendov-na-massovom-rynke/
97. Лучше, чем ожидали: как книжный рынок пережил 2022 год и что ждет индустрию дальше. URL: https://journal.tinkoff.ru/books-in-russia/?ysclid=lqai91f38d60482814
98. Книга к читателю не идет: чем живет российский издательский рынок. URL: https://www.rosbalt.ru/piter/2023/06/20/1990522.html?ysclid=lqaiifn364943954570
99. Бумажный бум: состояние и перспективы книжного рынка России в 2023 году. URL: https://www.rbc.ru/industries/news/656746db9a7947dc41bb0a85?ysclid=lqaik73386657336696
100. Смольный стал владельцем бесплатной газеты «Метро». URL: https://spb.vedomosti.ru/business/articles/2021/06/22/875201-smolnii-stal-vladeltsem-gazeti-metro?ysclid=lqmb5hu3op986175189