

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	5
<b>Тема 1. Концепция инвестиционной деятельности и принципы формирования инвестиционных проектов в маркетинге</b> .....	7
1.1. Сущность инвестиционной деятельности в маркетинге .....	7
1.2. Классификация маркетинговых инвестиционных проектов .....	12
1.3. Инвестиционные потребности маркетинговой деятельности .....	14
1.4. Инвестиции в информационное обеспечение для оценки эффективности маркетинговой деятельности .....	18
1.5. Инвестиции в организацию системы контроля маркетинговых показателей .....	24
Контрольные вопросы .....	35
Упражнения .....	36
Деловая ситуация .....	37
<b>Тема 2. Определение инвестиционных приоритетов в процессе разработки бизнес-стратегии предприятия</b> .....	39
2.1. Роль маркетинговых усилий в разработке бизнес-стратегии предприятия .....	39
2.2. Выбор инвестиционных приоритетов на основе анализа внутренней маркетинговой среды .....	52
2.3. Выбор направлений инвестиций в маркетинговую деятельность на основе оценки темпов устойчивого роста .....	59
2.4. Использование методов анализа макросреды для выбора инвестиционных приоритетов .....	65
2.5. Определение приоритетных направлений изучения потребителя для создания потребительской ценности предложения .....	70
2.6. Маркетинговый план как инструмент реализации инвестиционных приоритетов предприятия .....	79
Контрольные вопросы .....	89
Упражнения .....	89
Деловая ситуация .....	90

<b>Тема 3. Инвестиционные риски в маркетинге</b> . . . . .	<b>93</b>
3.1. Сущность инвестиционных рисков в маркетинге . . . . .	93
3.2. Методологические подходы к снижению рисков маркетинговых инвестиционных проектов . . . . .	96
3.3. Аналитические подходы к оценке рисков маркетинговых проектов . . . . .	100
3.4. Маркетинговые способы снижения рисков при реализации стратегии роста предприятия . . . . .	105
Контрольные вопросы . . . . .	110
Упражнения . . . . .	110
Глоссарий . . . . .	113
Презентация . . . . .	117
Список литературы . . . . .	119