

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Тема 1. Концепции и принципы маркетинга	8
Вопросы для обсуждения	17
Упражнения	17
Тема 2. Основные понятия маркетинга.....	18
Вопросы для обсуждения.....	35
Упражнения	35
Тема 3. Маркетинг организации. Управление маркетингом	39
3.1. Место маркетинга в организации	39
3.2. Управление маркетингом предприятия.....	43
3.3. Организация службы маркетинга.....	53
Вопросы для обсуждения.....	56
Упражнения	57
Тема 4. Планирование маркетинга	59
4.1. Методологические основы планирования маркетинга	59
4.2. План маркетинга инвестиционного проекта	82
4.3. Проблемные ситуации маркетингового планирования.....	91
Вопросы для обсуждения.....	97
Упражнения	98
Тема 5. Исследование рынка и потребителей	101
5.1. Формирование сегментов рынка.....	101
5.2. Поведение покупателей	104
5.3. Характеристики покупателей.....	108
Вопросы для обсуждения.....	110
Упражнения	111
ТЕМА 6. Исследование товара.....	113
6.1. Товар как рыночная категория	113
6.2. Жизненный цикл товара	116
6.3. Бостонская матрица.....	122

6.4. Особенности исследования маркетинга услуг.....	131
Вопросы для обсуждения.....	141
Упражнения.....	142
Задания.....	143
Тема 7. Планирование ценообразования.....	144
Вопросы для обсуждения.....	170
Упражнения.....	170
Тема 8. Планирование распределения товаров.....	172
Вопросы для обсуждения.....	185
Упражнения.....	185
Тема 9. Планирование коммуникаций.....	187
9.1. Неличные коммуникации.....	188
9.2. Личные коммуникации.....	205
9.3. Формирование благоприятного общественного мнения (Public Relations).....	213
9.4. Стимулирование сбыта.....	217
Вопросы для обсуждения.....	221
Упражнения.....	222
Тема 10. Маркетинговые исследования.....	227
10.1. Маркетинговая информационная система (МИС).....	227
10.2. Маркетинговые исследования.....	228
Вопросы для обсуждения.....	241
Упражнения.....	241
Тема 11. Практический маркетинг.....	243
11.1. Функция рыночного спроса.....	243
11.2. Оценка безубыточности деятельности фирмы.....	250
11.3. Оптимизация ассортимента выпускаемых товаров.....	253
11.4. Оптимальное распределение товаров по целевым рынкам.....	260
Упражнения.....	263
Тема 12. Компьютерное моделирование управления маркетингом организации.....	264
12.1. Дискриптивная модель предприятия.....	265
12.2. Моделирование управления предприятием.....	271
Упражнения.....	274
Библиография.....	275

T

ПРИЛОЖЕНИЯ.....	277
Приложение 1... ..	277
Тема 2.....	277
Приложение 2... ..	278
Тема 6.2.....	278
Приложение 3... ..	281
Тема 6.2.....	281
Приложение 4... ..	284
Тема 9.1.....	284
Приложение 5... ..	318
Тема 9.1.....	318
Приложение 6... ..	322
Тема 9.3.....	322
Приложение 7... ..	329
Тема 9.4.....	329
Приложение 8... ..	334
Тема 10.2.....	334
СТ	336