

Содержание

Предисловие	9
Введение	11
Активы и ресурсы маркетинга	16
Аутсорсинг	17
Бренды.....	19
Возможности	28
Гарантии	30
Дизайн.....	32
Дифференциация	34
Изменения	37
Имидж и эмоциональный маркетинг	39
Инновации.....	40
Инструментарий маркетинга.....	43
Интернет и электронный бизнес	47
Информация и аналитика	50
Исполнение и контроль	53
Качество.....	56
Компании.....	57

Конкурентные преимущества	60
Конкуренты	61
Консультанты	63
Контрольные показатели	64
Корпоративный брендинг.....	67
Креативность.....	68
Лидерство.....	72
Лояльность.....	75
Маркетинг B2B.....	78
Маркетинг впечатлений	79
Маркетинг отношений.....	80
Маркетинг отношений и новые маркетинговые инструменты.....	82
Маркетинг по базам данных	83
Маркетинг при спаде	86
Маркетинговые исследования	89
Маркетинговые коммуникации и продвижение	93
Маркетинговые планы	95
Маркетинговые роли и навыки	98
Международный маркетинг	100
Менеджмент	104
Миссия	106
Нематериальные активы	108

Неформальные коммуникации	109
Организации	111
Ориентация на клиента	112
Отношения между маркетингом и другими отделами	114
Позиционирование	119
Поставщики	122
Потребители	123
Потребности	128
Предпринимательство	130
Прибыли	131
Прогнозы и будущее	134
Продажи	136
Продукт	139
Прямые рассылки	142
Разработка новых продуктов	143
Распределение и каналы распределения	144
Реклама	148
Розничные продавцы	156
Рынки	159
Связи с общественностью	161
Сегментация	163
Сервис	165
Сотрудники	166

Спонсорство	170
Средства массовой информации	172
Стимулирование сбыта	173
Стратегии развития	176
Стратегия	180
Телемаркетинг и контакт-центры	184
Тенденции в маркетинговом мышлении и практике	185
Технологии	187
Торговый персонал	188
Удовлетворенность клиента	191
Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)	193
Успехи и неудачи	195
Финансовый маркетинг	197
Фокусирование и определение ниши	199
Целевые рынки	201
Цели и задачи	202
Цена	204
Ценность	205
Этика маркетинга	208
Яркость	210