

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Общество. Культура. Маркетинг	5
Глава 2. Маркетинг как функция менеджмента	21
Глава 3. Социально-этичный маркетинг: сущность и особенности	34
Глава 4. Культура маркетинга: структура и содержание	52
Глава 5. Политическая культура и маркетинг	63
Глава 6. Экономическая культура и маркетинг	78
Глава 7. Правовая культура и маркетинг	87
Глава 8. Этическая культура маркетинга	98
Глава 9. Эстетика маркетинга	111
Глава 10. Психология маркетинга	124
Глава 11. Педагогика и маркетинг	141
Глава 12. Интернальный маркетинг и организационная культура	160
Глава 13. Стиль руководства и культура маркетинга	170
Глава 14. Персональный маркетинг и его культура	184
Глава 15. Имидж и культура современного маркетолога	201
Литература	218