

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие

ГЛАВА 1

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ:
АКТУАЛЬНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

ГЛАВА 2

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ГЛАВА 3

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: ОРГАНИЗАЦИЯ И
ПЛАНИРОВАНИЕ

ГЛАВА 4

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

ГЛАВА 5

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И СБЫТ

ГЛАВА 6

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ

ГЛАВА 7

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ГЛАВА 8

ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Глоссарий

Литература