

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. МАРКЕТИНГ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

1.1. Понятие маркетинга

1.2. Аналитическая функция маркетинга на предприятии

1.3. Производственная функция маркетинга на предприятии

1.3.1. Организация производства новых товаров

1.3.2. Организация материально-технического снабжения

1.3.3. Управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

1.4. Сбытовая функция маркетинга на предприятии

1.4.1. Организация системы товародвижения

1.4.2. Товарная политика

1.5. Функция управления и контроля

1.5.1. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга на предприятии

1.5.2. Маркетинговый контроль на предприятии

1.5.3. Управление рисками

1.5.4. Способы оценки степени риска

1.6. Организация сервиса на промышленном предприятии ..

1.6.1. Функции и принципы организации сервиса промышленного предприятия

1.6.2. Принципы современного сервиса

1.6.3. Основные задачи системы сервиса

1.6.4. Фирменный сервис

1.6.5. Виды сервиса по содержанию работ

1.6.6. Основные подходы к осуществлению сервиса

Контрольные вопросы

Глава 2. МАРКЕТИНГ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

2.1. Состав агропромышленного комплекса России

- 2.2. Особенности сельского хозяйства
 - 2.3. Особенности рынков в комплексе агробизнеса
 - 2.4. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции
 - 2.5. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров
 - 2.6. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве
 - 2.7. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация
- Контрольные вопросы

Глава 3. МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ

- 3.1. Основы теории покупок
 - 3.2. Структура акта купли-продажи
 - 3.3. Прием клиента и установление контакта
 - 3.4. Выявление потребности и выслушивание покупателя —
 - 3.5. Аргументация и представление товара
 - 3.6. Ответы на возможные возражения
 - 3.7. Заключение сделки
 - 3.8. Категории покупателей
- Контрольные вопросы

Глава 4. МАРКЕТИНГ В БАНКОВСКОМ ДЕЛЕ

- 4.1. Предпосылки внедрения маркетинга в банковском деле.
 - 4.2. Понятие и цели банковского маркетинга
 - 4.3. Особенности банковского маркетинга
 - 4.4. Элементы банковского маркетинга
 - 4.5. Система маркетинговой информации
 - 4.6. Планирование банковского маркетинга
 - 4.7. Система организации маркетинга
 - 4.8. Система маркетингового контроля
 - 4.9. Маркетинговая среда банка
- Контрольные вопросы

Глава 5. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ

5.1. Понятие услуг, их отличие от товаров

5.2. Классификация услуг

5.3. Бытовые услуги

5.4. Специфика маркетинга услуг

Контрольные вопросы

Глава 6. МАРКЕТИНГ В СТРАХОВОМ БИЗНЕСЕ

6.1. Общие сведения о страховании

6.2. Краткая характеристика страхового рынка России

6.3. Организация и управление маркетингом в страховой компании

6.4. Этапы развития страхового маркетинга

6.5. Специфика рынка страховых услуг

6.6. Сущность и особенности страхового маркетинга

Контрольные вопросы

Глава 7. МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ

7.1. Роль и значение комплекса маркетинга (маркетинг-микс) в рекламном бизнесе

7.2. Рекламный рынок: специфика, состав и динамика развития

7.3. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности

7.3.1. Понятие и роль маркетинговых исследований в рекламе

7.3.2. Тестирование рекламного продукта и анализ эффективности рекламной кампании

7.3.3. Рынок средств массовой информации и принципы его изучения

7.4. Управление маркетингом в рекламном бизнесе

Контрольные вопросы

Глава 8. МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

8.1. Общая характеристика и особенности туристического бизнеса

8.2. Основные понятия и специфика маркетинговой политики в области туризма

8.3.Классификация и характеристика различных видов туристского продукта (турпакетов)

8.4.Сбор и анализ маркетинговой информации в туристическом бизнесе. Использование полученных материалов для повышения конкурентоспособности туристических компаний

8.5.Формирование оптимальной ассортиментной политики в туристических компаниях

8.6.Ценовая политика в туристическом бизнесе

8.7.Построение системы продажи турпродукта, организация работы с агентскими сетями

8.8.Система послепродажного обслуживания в туристическом бизнесе

8.9.Реклама и PR в туристическом бизнесе

Контрольные вопросы

Глава 9. МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

9.1.Особенности маркетинга в образовании

9.2.Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции

9.3.Объекты маркетинга ОУП

9.4.Содержание и функции маркетинга ОУП

9.5.Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг

9.6.Стратегии маркетинга образовательных услуг

9.7.Ценообразование на рынке ОУП

Контрольные вопросы

Глава 10. МАРКЕТИНГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ

10.1.Роль маркетинга в деятельности предприятий народных художественных промыслов

10.2.Сущность и понятие маркетинговой деятельности на предприятиях народных художественных промыслов

10.3. Принципы и методы маркетинговой деятельности на предприятиях народных художественных промыслов

10.4. Маркетинговый подход к формированию ассортимента и разработке новых товаров на предприятиях народных художественных промыслов

10.5. Система принципов управления маркетингом на предприятиях народных художественных промыслов и ее совершенствование

Контрольные вопросы

Глава 11. МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

11.1. Тенденции развития медицинских услуг

11.2. Понятие медицинских услуг: сущность, особенности и классификация

11.3. Ценообразование на рынке медицинских услуг

11.4. Товародвижение в сфере медицинских услуг

11.5. Коммуникационная политика

Контрольные вопросы

Глава 12. МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА

12.1. Содержание и специфика маркетинга на рынке средств производства

12.2. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства

12.3. Маркетинг торгово-технологического оборудования

Контрольные вопросы

ЛИТЕРАТУРА