

## Содержание

Введение

От автора

Тема 1. Маркетинг. Психологический аспект

Основные понятия

Вопросы для самоконтроля

Литература

Тема 2. Роль маркетинга в управлении фирмой

Основные вопросы

Основные понятия

2.1. Понятие и сущность маркетинга

2.2. Основные цели и задачи маркетинга

2.3. Роль маркетинга в управлении предприятием

Вопросы для самоконтроля

Тема 3. Принципы и функции маркетинговой деятельности

Основные вопросы

Основные понятия

3.1. Значение и функции маркетинга для организации (фирмы)

3.2. Принципы маркетинга

3.3. Задачи маркетинга

3.4. Маркетинг и функциональная структура организации

Вопросы для самоконтроля

Тема 4. Информационная база маркетинга

Основные вопросы

Основные понятия

4.1. Концепция системы маркетинговой информации

4.2. Система маркетинговой информации

4.3. Источники информации

4.4. Этапы маркетинговых исследований

4.5. Методы исследования

4.6. Информационные технологии в маркетинге

Использование информационных технологий для решения  
маркетинговых задач

Понятие информационного портала

Вопросы для самоконтроля

Тема 5. Комплексное исследование рынка

Основные вопросы

Основные понятия

5.1. Сущность комплексного исследования рынка

5.2. Направления комплексного изучения рынка

5.3. Методы маркетингового анализа

Вопросы для самоконтроля

Тема 6. Сегментация рынка

Основные вопросы

Основные понятия

6.1. Понятие сегментирования (сегментации) рынка

6.2. Отбор целевых сегментов рынка

6.3. Позиционирование товара на рынке

Вопросы для самоконтроля

Тема 7. Формирование товарной политики и рыночной стратегии

Основные вопросы

Основные понятия

7.1. Процесс разработки нового продукта и его роль в организации

7.2. Товар и товарная политика

Общее понятие о товаре как категории маркетинга

Жизненный цикл товара

7.3. Основные рыночные стратегии

Вопросы для самоконтроля

Тема 8. Формирование спроса и стимулирование сбыта

Основные вопросы

Основные понятия

- 8.1. Позиция клиента в процессе потребления продукта
- 8.2. Понятие и сущность рыночного спроса и предложения.
- 8.3. Факторы и методы формирования спроса. Функции стимулирования сбыта

Вопросы для самоконтроля

Тема 9. Конкурентоспособность продукции

Основные вопросы

Основные понятия

- 9.1. Анализ конкурентоспособности товаров и услуг
- 9.2. Обобщение понятия «конкурентоспособность товара»

Вопросы для самоконтроля

Тема 10. Методы ценообразования

Основные вопросы

Основные понятия

- 10.1. Политика, задачи и этапы ценообразования
- 10.2. Подходы к проблеме ценообразования
- 10.3. Методы ценообразования

Выбор метода ценообразования

Вопросы для самоконтроля

Тема 11. Начальная маркетинговая разработка

Основные вопросы

Основные понятия

- 11.1. Форма разработки
- 11.2. Содержание разработки

Проблемная область — трудовые ресурсы

Персонал как объект и субъект управления

Оценка эффективности управления персоналом как динамической подсистемой организации

### .11.3. Методологическое и технологическое решение вопросов разработки

Методологическое обеспечение разработки

Методика разработки «Подготовка маркетингового решения для руководителя»

Технологическое обеспечение разработки

Вопросы для самоконтроля

Заключение

Выдержка из «Проекта ФГОС»

Библиографический список

Глоссарий