

Соколова Н.Г.

Основы маркетинга : практикум /Н.Г. Соколова. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 378, [1] с.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ

1.ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

- 1.1.Задания на понимание терминов
- 1.2.Вопросы для контроля и обсуждения
- 1.3.Расчетные задачи.
упражнения и ситуационные задания
- 1.4.Сквозное задание
- 1.5.Тесты для проверки остаточных знаний
- 1.6.Исходные идеи маркетинга. Матрица потребностей

2. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

- 2.1.Задания на пониманиетерминов
- 2.2.Вопросы для контроля и обсуждения
- 2.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания
- 2.4. Сквозное задание
- 2.5. Тесты для проверки остаточных знаний

3. СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ

ИССЛЕДОВАНИЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

- 3.1.Задания на пониманиетерминов
- 3.2.Вопросы для контроля и обсуждения
- 3.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания
- 3.4.Сквозное задание
- 3.5.Тесты для проверки остаточных знаний

4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РЫНКИ И ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

- 4.1. Задания на пониманиетерминов
- 4.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 4.3. Расчетные задачи.
упражнения и ситуационные задания
- 4.4. Сквозное задание
- 4.5. Тесты для проверки остаточных знаний
- 4.6. Моделирование покупательского поведения: подходы к
формированию модели покупательского поведения

5. ОСНОВЫ ЦЕЛЕВОГО МАРКЕТИНГА: СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА

- 5.1. Задания на пониманиетерминов
- 5.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 5.3. Расчетные задачи, упражнения
и ситуационные задания
- 5.4. Сквозное задание
- 5.5. Тесты для проверки остаточных знаний

6. ТОВАР В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

- 6.1. Задания на пониманиетерминов
- 6.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 6.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания
- 6.4. Сквозное задание
- 6.5. Тесты для проверки остаточных знаний
- 6.6. Моделирование товара в маркетинге

6.7. Управление конкурентоспособностью товара

6.8. Управление ассортиментом товаров:

методы анализа ассортимента

7. ЦЕНА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

7.1. Задания на понимание терминов

7.2. Вопросы для контроля и обсуждения

7.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания

7.4. Сквозное задание

7.5. Тесты для проверки остаточных знаний

7.6. Методика расчета индексов цен Ласпейреса и Пааше

7.7. Методика расчета цены на основе анализа

безубыточности и получения целевой прибыли

7.8. Статистические методы измерения

эластичности спроса

7.9. Методика ценообразования на основе ощущаемой

потребителями ценности товара

8. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ТОВАРА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

8.1. Задания на понимание терминов

8.2. Вопросы для контроля и обсуждения

8.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания

8.4. Сквозное задание

8.5. Тесты для проверки остаточных знаний

9. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

- 9.1. Задания на понимание терминов
- 9.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 9.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания
- 9.4. Сквозное задание
- 9.5. Тесты для проверки остаточных знаний
- 9.6. Классификация средств
и каналов распространения рекламы
- 9.7. Планирование рекламных средств:
используемые показатели
- 9.8. Диагностика способностей совершать
продажи и стиля персональных продаж

10. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 10.1. Задания на понимание терминов
- 10.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 10.3. Расчетные задачи, упражнения
и ситуационные задания
- 10.4. Сквозное задание
- 10.5. Тесты для проверки остаточных знаний

11. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

- 11.1. Задания на понимание терминов
- 11.2. Вопросы для контроля и обсуждения
- 11.3. Расчетные задачи, упражнения и ситуационные задания
- 11.4. Сквозное задание

11.5. Тесты для проверки остаточных знаний

**12. ОТВЕТЫ К ЗАДАНИЯМ НА
ПОНИМАНИЕ ТЕРМИНОВ
И ТЕСТАМ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ**

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА