

Диденко Н. И.

Анализ и обоснование решений в международном маркетинге: Учеб. пособие/Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. — М.: Высш. шк., 2010. — 303 с.

Содержание

Предисловие

Глава 1. Основные положения комплексного исследования в международном маркетинге

- 1.1. Организация комплексного исследования в международном маркетинге
- 1.2. Маркетинговое исследование товара
- 1.3. Маркетинговое исследование рынка
- 1.4. Маркетинговое исследование потребителей
- 1.5. Анализ деятельности конкурентов
- 1.6. Исследование зарубежных стран и их рынков

Глава 2. Обоснование практических маркетинговых решений методами дисперсионного анализа

- 2.1. Планирование импорта продукции иностранными производителями на российский рынок
- 2.2. *Анализ влияния* рекламы и социальной значимости товара в стране-потребителе на экспорт товаров российскими фирмами
- 2.3. Изучение влияния широты дилерской сети иностранных производителей, принадлежащих к различным ценовым сегментам и отличающихся продолжительностью работы на рынке Российской Федерации, на объем продаж в стране-импортере

Глава 3. Обоснование практических маркетинговых решений методами дискриминантного анализа

- 3.1. Определение главных отличительных характеристик людей, совершающих покупки через Интернет
- 3.2. Анализ возможной принадлежности немецкой аудиторской компании «Тиу-5ис1» к какой-либо группе компаний на российском рынке аудиторско-консалтинговых услуг
- 3.3. Выявление различий между группами реальных и потенциальных потребителей (на примере автомобильного рынка) методом множественного дискриминантного анализа

Глава 4. Обоснование практических маркетинговых решений методами факторного анализа

- 4.1. Определение минимального количества факторов, которыми руководствуются IT-специалисты при выборе места работы
- 4.2. Выявление критериев, влияющих на потребительский выбор при планировании импорта немецкой компанией «АВ5 Сошрапу»
- 4.3. Анализ сегментов российского рынка хлебцев

Глава 5. Обоснование практических маркетинговых решений на основании применения комплекса методов статистического анализа

- 5.1. Анализ экспорта черного листового чая китайской компанией «Мун Жинь» на российский рынок
- 5.2. Формирование портфеля услуг страховой компании на основе анализа деятельности крупнейших страховых компаний Российской Федерации (страховой рынок Москвы)
- 5.3. Сегментация рынка сноубордического оборудования Санкт-Петербурга