

Карпеко, О. И.

Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. —
Минск : БГЭУ, 2010. — 415 с.

Содержание

Предисловие

Тема 1. СУЩНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА

- 1.1. Понятие и особенности промышленного маркетинга
- 1.2. Предмет и задачи учебной дисциплины
«Промышленный маркетинг»
- 1.3. Сбыт в системе промышленного маркетинга
- 1.4. Сервис в промышленной среде
- 1.5. Промышленный маркетинг и закупочная деятельность
- 1.6. Промышленный маркетинг и логистика

Тема 2. РЫНОК СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА И ОСО- БЕННОСТИ ЕГО ИЗУЧЕНИЯ

- 2.1. Особенности рынка средств производства и не-
обходимость их учета при проведении маркетинговых
исследований
- 2.2. Конкуренция и сотрудничество в промышленной среде
- 2.3. Поведение покупателей средств производства
- 2.4. Сегментация рынка средств производства
- 2.5. Методика определения емкости рынка средств
производства

Тема 3. УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

- 3.1. Особенности товарной политики организаций на рынке средств производства
- 3.2. Содержание управления товарным ассортиментом в производственной организации
- 3.3. Планирование новых товаров промышленного назначения
- 3.4. Планирование снятия продукции с производства
- 3.5. Формирование и оптимизация производственной программы организации

Тема 4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА

- 4.1. Государственное регулирование цен и его влияние на ценовую политику производственных организаций
- 4.2. Особенности ценообразования на рынке средств производства
- 4.3. Ценовая политика производителей товаров промышленного назначения

Тема 5. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА

- 5.1. Выбор экономически целесообразной формы распределения продукции
- 5.2. Формирование каналов сбыта товаров промышленного назначения
- 5.3. Управление сбытом на основе маркетинговых стратегий

Тема 6. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ПРОМЫШЛЕННОЙ СРЕДЕ

- 6.1. Особенности и задачи маркетинговых коммуникаций в промышленной среде
- 6.2. Личные продажи продукции в системе маркетинговых коммуникаций
- 6.3. Стимулирование сбыта товаров промышленного назначения
- 6.4. Рекламирование товаров промышленного назначения
- 6.5. Связи производителей товаров промышленного назначения с общественностью

Тема 7. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В ОТДЕЛЬНЫХ
ОТРАСЛЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 7.1. Факторы, определяющие специфику маркетинга в отдельных организациях
- 7.2. Маркетинг организаций по добыче и производству сырья и материалов
- 7.3. Маркетинг организаций по производству комплектующих изделий
- 7.4. Маркетинг организаций по производству машин и оборудования
- 7.5. Маркетинг строительных организаций

Тема 8. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В ПРОИЗ-
ВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

- 8.1. Организационная структура управления маркетингом

8.2. Вопросы маркетинга в системе бизнес-планирования

8.3. Разработка плана маркетинга

8.4. Планирование затрат на маркетинг

8.5. Организация выполнения плана маркетинга

Контрольные вопросы по дисциплине «Промышленный маркетинг»

Тесты

Приложения

Литература