

Маркетинговое управление : практикум / авт.-сост. М. В. Ивашкин,
И. В. Оттева. - Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2010. - 64 с.

Введение.....	3
Тема 1. Маркетинг - сущность, задачи и концепции управления организацией.....	5
Тема 2. Рынки потребительских товаров и покупательское поведение потребителей.....	12
Тема 3. Рынки товаров производственно-технического назначения и поведение покупателей от имени предприятий.....	18
Тема 4. Комплексный анализ рынка: сегментирование рынка, отбор целевых рынков, позиционирование товара.....	20
Тема 5. Фирменный стиль и его составные части.....	28
Тема 6. Концепция жизненного цикла товара и стратегия разработки новых товаров.	32
Тема 7. Методы распространения товаров: каналы распределения.....	35
Тема 8. Анализ конкурентного преимущества фирмы.....	37
Тема 9. Выбор стратегии маркетинга.....	42
Тема 10. Организация внутрифирменного планирования в фирме.....	45
Заключение.....	49
Библиографический список.....	50
Приложение.....	51