

**Мазилкина Е. И.**

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник /  
Е. И. Мазилкина. — Ростов н/Д : Феникс, 2012. —  
332, [1] с.: ил. — (Высшее образование).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Глава 1. Маркетинг в промышленности</b> .....	<b>3</b>
1.1. Цели и задачи промышленного маркетинга.....	3
1.2. Функции промышленного маркетинга.....	9
1.3. Организация маркетинга на предприятии.....	12
1.4. Виды организационных структур службы маркетинга.....	14
1.5. Маркетинговая программа предприятия.....	20
1.6. Стратегический маркетинг.....	28
Вопросы для самоконтроля.....	31
Практикум.....	32
Рекомендуемая литература.....	37
<b>Глава 2. Маркетинг в оптовой и розничной торговле</b> .....	<b>38</b>
2.1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли.....	38
2.2. Организационные формы оптовой торговли.....	44
2.3. Роль розничной торговли в рыночной экономике.....	50
2.4. Виды предприятий розничной торговли.....	54
2.5. Требования к устройству и планировке магазина.....	57
2.6. Торговое оборудование.....	71
Вопросы для самоконтроля.....	78
Практикум.....	78
Рекомендуемая литература.....	86
<b>Глава 3. Маркетинг в сфере туризма</b> .....	<b>87</b>
3.1. Состояние и особенности развития рынка туристских услуг.....	87
3.2. Виды туризма.....	93
3.3. Сегментация рынка туристских услуг.....	96
3.4. Классификация перевозчиков.....	99
3.5. Требования, предъявляемые к сотрудникам турфирм.....	104
3.6. Стандартизация и сертификация туристской деятельности.....	105
Вопросы для самоконтроля.....	109
Практикум.....	НО
Рекомендуемая литература.....	114
<b>Глава 4. Маркетинг в гостиничном бизнесе</b> .....	<b>115</b>
4.1. Характеристика гостиничного хозяйства.....	115
4.2. Внутренний и внешний маркетинг гостиничной деятельности.....	118
4.3. Организационные структуры гостиничного хозяйства.....	128
4.4. Управление качеством услуг в гостинице.....	132
4.5. Особенности планировки гостиниц и обслуживания клиентов.....	135
4.6. Классификация гостиниц.....	139
Вопросы для самоконтроля.....	142
Практикум.....	142
Рекомендуемая литература.....	146
<b>Глава 5. Маркетинг в сфере общественного питания</b> .....	<b>148</b>
5.1. Предприятия и услуги общественного питания.....	148
5.2. Маркетинговая деятельность предприятий общественного питания.....	150
5.3. Технология формирования меню.....	154

5.4. Организация технологического процесса на предприятиях общественного питания.....	157
5.5. Прием и обслуживание посетителей.....	160
5.6. Характеристика зарубежных предприятий общественного питания. . .	166
Вопросы для самоконтроля.....	166
Практикум.....	167
Рекомендуемая литература.....	171
<b>Глава 6. Маркетинг в индустрии развлечений.....</b>	<b>172</b>
6.1. Современное состояние и перспективы развития индустрии развлечений.....	172
6.2. Театры и их инфраструктура.....	175
6.3. Многоцелевые залы и их инфраструктура.....	177
6.4. Клубная деятельность.....	178
6.5. Организация и проведение дискотек.....	180
6.6. Игры как вид развлечений.....	181
Вопросы для самоконтроля.....	185
Практикум.....	186
Рекомендуемая литература.....	190
<b>Глава 7. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.....</b>	<b>191</b>
7.1. Современные формы и методы международной торговли.....	191
7.2. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью на предприятии.....	196
7.3. Анализ и оценка будущего партнера. . . . .	198
7.4. Международный маркетинг и его особенности.....	200
7.5. Стратегии деятельности на внешних рынках.....	203
7.6. Товарно-марочная политика в международном маркетинге. . . . .	207
Вопросы для самоконтроля.....	211
Практикум.....	212
Рекомендуемая литература.....	219
<b>Глава 8. Банковский маркетинг.....</b>	<b>220</b>
8.1. Специфика банковского маркетинга.....	220
8.2. Изучение рынка банковских услуг.....	226
8.3. Организационная структура банка и маркетинговая служба.....	231
8.4. Банковский маркетинг по видам операций.....	234
8.5. Маркетинговая политика банка.....	241
8.6. Коммуникационная политика банка.....	243
Вопросы для самоконтроля.....	247
Практикум.....	247
Рекомендуемая литература.....	252
<b>Глава 9. Маркетинг в строительстве.....</b>	<b>253</b>
9.1. Особенности строительной продукции как товара.....	253
9.2. Маркетинговые исследования рынка строительной продукции. . . . .	255
9.3. Маркетинговая среда строительного бизнеса.....	262
9.4. Сегментация рынка строительной продукции.....	265
9.5. Сбыт строительной продукции.....	266
9.6. Разработка плана маркетинга строительного предприятия. . . . .	268
Вопросы для самоконтроля.....	272
Практикум.....	273
Рекомендуемая литература.....	275

<b>Глава 10. Маркетинг в агробизнесе</b> .....	276
10.1. Особенности и функции агромаркетинга.....	276
10.2. Система агромаркетинга и ее элементы.....	278
10.3. Научные подходы к изучению агромаркетинга.....	281
10.4. Система агромаркетинговой информации.....	285
10.5. Планирование агромаркетинга.....	289
10.6. Стратегии агромаркетинга.....	296
Вопросы для самоконтроля.....	300
Практикум.....	300
Рекомендуемая литература.....	311
<b>Глава 11. Маркетинг на рынке изделий народных промыслов</b> .....	312
11.1. Социально-экономическая значимость народных промыслов.....	312
11.2. Классификация изделий народных промыслов.....	313
11.3. Отличительные особенности некоторых изделий народных промыслов.....	316
11.4. Специфика маркетинга народных промыслов.....	321
Вопросы для самоконтроля.....	323
Практикум.....	323
Рекомендуемая литература.....	323
<b>Словарь терминов</b> .....	<b>324</b>
<b>Литература</b> .....	<b>330</b>