

**Симонян Т. В.**

Маркетинг для магистров : учеб. пособие / Т. В. Симонян ; под ред. Б. Ч. Месхи. — Ростов н/Д : Феникс, 2013. — 317, [1] с. : ил. — (Высшее образование).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. Теоретические основы маркетинга</b>	<b>4</b>
<i>Маркетинг — философия бизнеса. Экономические основы маркетинга. Интеграция потребительского поведения. Таксономия основных концепций маркетинга. Интеграция маркетинга в систему управления.</i>	
<b>ГЛАВА 2. Комплекс маркетинга</b>	<b>58</b>
<b>2.1. Иасе</b>	<b>58</b>
<i>Каналы распределения. Структура каналов распределения. Типы посредников. Анализ риска сбыта и покупателей. Емкость рынка. Прогнозирование доли рынка. Сегментация. Сегментный анализ. Определение профиля покупателя. Позиционирование.</i>	
<b>2.2. РгосьЛ</b>	<b>113</b>
<i>Понятие товара. Соотношение категорий спроса и предложения. Уровни товара. Концепции жизненного цикла. Виды товаров. Разработка нового товара. Конкурентоспособность товара.</i>	
<b>2.3. Рпсе</b>	<b>166</b>
<i>Сущность категории цена. Виды цен. Концепции и проблемы ценообразования. Особенности маркетингового ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования.</i>	
<b>2.4. РгогткЛюп</b>	<b>234</b>
<i>Сущность четвертого элемента «Р». Виды продвижения. Маркетинговые коммуникации. Интеграция маркетинговых коммуникаций. Планирование маркетинговых коммуникаций.</i>	
<b>ГЛАВА 3. Организация маркетинга на предприятии</b>	<b>281</b>
<i>Организация формы маркетинга. Организационные структуры маркетинга. Маркетинговый анализ. Показатели оценки маркетинга. Разработка бюджета маркетинга.</i>	
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b>	<b>315</b>