

Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В.
Маркетинг: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 336 с. —
(Высшее образование).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
РАЗДЕЛ I СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ: ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ.....	4
Глава 1. Концепции маркетинга.....	6
Глава 2. Система маркетинга на предприятии (управленческий аспект).....	23
Глава 3. Стратегические маркетинговые решения.....	45
Глава 4. Целевые рынки.....	75
РАЗДЕЛ II УПРАВЛЕНИЕ ИНСТРУМЕНТАМИ МАРКЕТИНГА.....	107
Глава 1. Управление ассортиментом товаров и товарными марками.....	107
Глава 2. Управление ценообразованием.....	138
Глава 3. Управление распределением.....	162
Глава 4. Управление маркетинговыми коммуникациями.....	185
РАЗДЕЛ III МЕТОДИЧЕСКИЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ.....	213
Глава 1. Основы принятия бизнес-решений.....	213
Глава 2. Принятие решения о покупке.....	228
Глава 3. Маркетинговые исследования.....	245
Глава 4. Финансовые обоснования маркетинговых решений.....	292
Глоссарий.....	322
Список литературы.....	335