

Короткова, Т. Л.

Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — Серия : Университеты России.

Оглавление

Введение	6
-----------------------	----------

Раздел 1

МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Тема 1. Современный маркетинг и его роль в реализации основных функций управления бизнесом	12
1. Эволюция взглядов на теорию рыночной экономики.....	12
2. Роль маркетинга в реализации основных функций управления бизнесом на этапах его становления.....	17
Тема 2. Факторы, определяющие новые тенденции в развитии маркетинга в России	42
1. Становление современной концепции маркетинга в России.....	42
2. Маркетинговая концепция, ориентированная на потребителя.....	45
3. Интеграционные процессы в маркетинге.....	48
4. Покупательское восприятие как основная идея современного подхода в маркетинге.....	53
Тема 3. Роль современных концепций маркетинга в выборе стратегических и оперативных целей функционирования организации	54
1. Современные теоретические подходы к формированию инструментария маркетинга.....	54
2. Латеральный маркетинг как механизм реализации креативных идей.....	59
3. Инновационная концепция маркетинга, адаптированная к новой рыночной среде.....	64
4. Роль социально-этичного маркетинга в гармонизации интересов общества и его граждан.....	71
5. Прогнозирование эффективности социально-этичной концепции маркетинга.....	79
6. Холистический маркетинг и его принципы.....	93
Тема 4. Потребности и спрос — основные идеи маркетинга	96
1. Динамика потребностей на современном этапе и их влияние на выбор маркетинговых стратегий.....	96
2. Роль маркетинга в преодолении кризиса потребления как причины мировой экономической рецессии.....	100

Тема 5. Маркетинговая составляющая в стратегическом планировании хозяйственной деятельности компаний	110
1. Современные рыночные стратегии и их значение для реализации перспективных маркетинговых планов фирм.....	110
2. Стратегия коммерциализации и маркетинга инноваций.....	114

Раздел 2

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗРАБОТКЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

Тема 6. Выбор и оценка товарных стратегий бизнеса	121
1. Базовые характеристики современного товара и добавленная стоимость.....	121
2. Современные тенденции изменения этапов ЖЦТ.....	124
3. Формирование продуктовой политики с учетом актуальных тенденций в развитии макро и микросреды.....	126
4. Инновационные методы разработки и реализации продуктовой политики.....	144
5. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции.....	148
Тема 7. Инновации в разработке распределительной и сбытовой политики маркетинга	158
1. Актуальные задачи распределительной и сбытовой деятельности.....	158
2. Современные тенденции в стратегии и тактике построения дистрибутивной (распределительной) сети.....	164
3. Правила построения эффективной дистрибьюторами сети.....	166
4. Методы оптимизации затрат в товародвижении.....	170
Тема 8. Проблемы ценообразования в современном бизнесе	173
1. Коммерческое ценообразование и выбор ценовой политики фирмы в условиях развивающихся рыночных отношений.....	173
2. Современные методы коммерческого ценообразования.....	174
3. Ценообразование на основе калькуляционного выравнивания. . .	181
Тема 9. Современные маркетинговые коммуникации	183
1. Формы и методы продвижения на рынок товаров и услуг в условиях глобализации мировой экономики.....	183
2. Планирование и разработка программ продвижения товаров и услуг на российский рынок.....	199
3. Методы оценки эффективности программы маркетинговых коммуникаций.....	204

Раздел 3
АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ
КОРПОРАТИВНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 10. Виды маркетинговых структур в современных коммерческих организациях	227
1. Принципы построения организационных структур управления маркетингом.....	227
2. Интегрированная система управления маркетингом.....	234
3. Коммерциализация наукоемкого бизнеса на основе современных концепций маркетинга.....	243
Заключение	264
Литература	266
Новые издания по дисциплине «Управление маркетингом» и смежным дисциплинам	270
Приложение 1. Практические упражнения для усвоения материала книги	273
Приложение 2. Тест для самоконтроля	301
Приложение 3. Ответы на тест для самоконтроля	322