



Государственное казенное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российская таможенная академия»

Ж.С. Лемешева

# МАРКЕТИНГ

Учебное наглядное пособие

Москва  
2017

УДК 339.138  
ББК 65.291.3  
Л44

*Д о п у щ е н о*  
*учебно-методическим советом Российской таможенной академии*  
*в качестве учебного наглядного пособия для обучающихся*  
*по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»*

**Рецензент**

О.Е. РОЩИНА, заведующий кафедрой «Менеджмент» Столичной финансово-гуманитарной академии, доктор экономических наук, профессор

**Эксперт**

И.В. ШАРОЩЕНКО, заведующий кафедрой экономики таможенного дела Владивостокского филиала Российской таможенной академии

**Л44 Лемешева Ж.С.** Маркетинг: учебное наглядное пособие / Ж.С. Лемешева. М.: РИО Российской таможенной академии, 2017. 80 с.

**ISBN 978-5-9590-0964-9**

В учебном наглядном пособии «Маркетинг» приведены наглядные материалы для изучения маркетинга. Учебный материал адаптирован к российским особенностям и разработан с учетом требований государственного образовательного стандарта высшего образования.

В учебном наглядном пособии рассматриваются основы маркетинговой деятельности, проводится анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга.

Предназначено для изучения дисциплины «Маркетинг» и адресовано студентам экономического факультета, обучающимся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

УДК 339.138  
ББК 65.291.3

ISBN 978-5-9590-0964-9

© Российская таможенная академия, 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ .....	3
Раздел 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	5
Тема 1.1. Введение в маркетинг .....	5
Тема 1.2. Процесс управления маркетингом .....	15
Контрольные вопросы к разделу 1 .....	26
Раздел 2. АНАЛИЗ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ОТБОР ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ.....	27
Тема 2.1. Маркетинговые исследования .....	27
Тема 2.2. Маркетинговая среда.....	31
Тема 2.3. Покупательское поведение на рынках .....	39
Тема 2.4. Целевые рынки .....	49
Контрольные вопросы к разделу 2 .....	58
Раздел 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА .....	59
Тема 3.1. Разработка товара .....	59
Тема 3.2. Цена и ценовая политика .....	64
Тема 3.3. Распространение товаров на рынках .....	65
Тема 3.4. Продвижение товаров на рынках .....	71
Контрольные вопросы к разделу 3 .....	75
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	77