

УДК 339.138(075.8)
ББК 65.290-2я73
Щ32

Рецензенты:

зав. кафедрой управления и маркетинга Волго-Вятской академии
государственной службы, д-р экон. наук, профессор *Г.А. Морозова*;
зав. кафедрой менеджмента Нижегородского государственного университета
им. Н.И. Лобачевского, д-р экон. наук, профессор *Ф.Е. Удалов*;
зав. кафедрой маркетинга и предпринимательской деятельности
экономического факультета, канд. экон. наук, доц. *Н.А. Шерегов*

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Щегорцов В.А., Таран В.А.

Щ32 Маркетинг: Учебник для вузов/Под ред. В.А. Щегорцова.
— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 447 с.

ISBN 5-238-00816-3

Изложены базовые понятия и сущность современного маркетинга, подробно описаны механизм управления и ключевые направления маркетинговой деятельности в сфере материального производства. Рассмотрен и обобщен прогрессивный отечественный и зарубежный опыт, дан анализ нестандартных эффективных решений возникающих проблем.

Для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления, а также для специалистов маркетинговых служб.

ББК 65.290-2я73

ISBN 5-238-00816-3

© В.А. Щегорцов, В.А. Таран, 2005

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2005

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства

Содержание

Предисловие	3
Глава 1. Организационный механизм и структура рыночной экономики	6
1.1. Понятие рынка и его основные элементы	6
1.2. Механизм сбалансированности рыночных отношений	9
1.3. Регулирующая роль государства в обеспечении гармонизации рынка	13
Глава 2. Современный маркетинг и его составляющие	25
2.1. Маркетинг как результат эволюции рыночной экономики	25
2.2. Базовые понятия и сущность современного маркетинга	36
2.3. Мероприятия и задачи маркетинговой системы. Концепции управления маркетингом на предприятии	45
Глава 3. Принципы и функции маркетинга	51
3.1. Функционально-целевая структура маркетинга	51
3.2. Выбор целей маркетинговой деятельности	52
3.3. Основные принципы маркетинговой деятельности, сегментирование рынка и позиционирование продукта	58
3.4. Функции маркетинга	68
Глава 4. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности	72
4.1. Стратегия маркетинга и направления ее реализации	72
4.2. Тактика маркетинга	93
4.3. Программы маркетинга	97
4.4. Планирование маркетинга	102
4.5. Система маркетингового контроля	117
Глава 5. Маркетинговая политика и ее составляющие	122
5.1. Общее понятие маркетинговой политики	122
5.2. Товарная политика маркетинга	125
5.3. Маркетинговая инновационная политика	132
5.4. Ценовая политика маркетинга	139
5.5. Сбыт и маркетинговая сбытовая политика	153
5.6. Ситуация на рынке и типы маркетинга	168
5.7. Сервисная политика маркетинга	179
5.8. Реклама и рекламная политика	185
5.9. Директ-маркетинг	255
5.10. Бенчмаркинг и маркетинг взаимодействия	264
5.11. Закупочный маркетинг	274

Глава 6. Информационно-методические основы маркетинга	291
6.1. Информация как важный фактор конкурентоспособности	291
6.2. Маркетинговая система информации	301
6.3. Источники маркетинговой информации и ее потребители	318
6.4. Методические основы информационного обеспечения маркетинга	334
6.5. Маркетинговые исследования на рынках разных типов	337
Глава 7. Управление маркетингом на предприятии	350
7.1. Модели и методы управления маркетингом на предприятии	350
7.2. Организационные структуры маркетинга	365
7.3. Основные аспекты и структура организации службы маркетинга на предприятии	371
7.4. Затраты на маркетинг	388
7.5. Выживание и развитие российских предприятий — маркетинговый подход	393
Заключение	410
Приложения	415
1. Состав и содержание основных работ в области маркетинга применительно к стратегии углубленного освоения предприятием одного из сегментов рынка	415
2. Типология бизнес-планов для производственно-коммерческих фирм	421
3. Положения Кодекса рекламной практики, принятого Международной торговой палатой в 1954 г.	423
4. Поисковые системы и полезные данные сети Интернет	427
5. Мировые и российские статистические издания	435
Библиографический список	440