

УДК 339.138 (075.8)
ББК 65.290-2я73
В19

Рецензенты:
*кафедра маркетинга Государственного
университета по землеустройству
(зав. кафедрой д-р экон. наук, проф. Ю.А. Цыпкин);
д-р экон. наук, проф. Леонид-Леопольд Ф. Никулин*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*

Васильев Г.А., Гайдаенко Т.А.
В19 Маркетинг: Учеб. пособие для вузов. — М.:
ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 238 с.
ISBN 5-238-00288-2

В учебном пособии изложены основные аспекты теории маркетинга: корпоративные и маркетинговые стратегии, исследование и сегментация рынка, анализ конкурентов, принятие решений по товару, ценообразованию и распределению, проблемы управления маркетингом на предприятии. Теоретический курс каждого занятия дополнен примерами из практической деятельности российских и зарубежных предпринимателей, контрольными заданиями и вопросами для самопроверки. Даны также методические материалы: проверочные тесты, тематика курсовых и дипломных работ, список рекомендуемой литературы.

Для студентов высших и средних специальных учебных заведений, изучающих курс «Маркетинг», для работников маркетинговых служб предприятий и организаций, предпринимателей и коммерсантов.

ББК 65. 290-2я73

ISBN 5-238-00288-2 © Г.А. Васильев, Т.А. Гайдаенко, 2001
© ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА», 2001
Воспроизведение всей книги или любой ее части
запрещается без письменного разрешения
издательства

Содержание

Введение	3
Раздел I. Основные понятия маркетинга	5
Занятие 1. Современные маркетинговые концепции управления предприятием	6
Занятие 2. Корпоративные и маркетинговые стратегии	23
Занятие 3. Маркетинговая среда	40
Раздел II. Выбор целевого рынка	61
Занятие 4. Анализ потребителей	62
Занятие 5. Сегментация рынка	77
Занятие 6. Анализ конкурентов	89
Занятие 7. Маркетинговые исследования	107
Раздел III. Разработка комплекса маркетинга	121
Занятие 8. Решения по товару	122
Занятие 9. Решения по ценообразованию	148
Занятие 10. Решения по распределению	158
Занятие 11. Решения по коммуникациям	174
Раздел IV. Управление маркетингом	187
Занятие 12. Организация маркетинга на предприятии	188
Занятие 13. Программа маркетинга	200
Занятие 14. Финансы маркетинга	218
Проверочные тесты	229
Тематика курсовых и дипломных работ	232
Рекомендуемая литература	235