

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Лекция 1. Сущность и основное содержание маркетинга.....	6
Лекция 2. Исследование маркетинговой и рыночной среды.....	14
Лекция 3. Информационное обеспечение принятия маркетинговых решений.....	19
Лекция 4. Поведение покупателей и потребителей на рынке.....	31
Лекция 5. Товарная стратегия предприятия на рынке.....	41
Лекция 6. Ценовые стратегии маркетинга на рынке.....	52
Лекция 7. Каналы распределения товаров: сущность, функции, виды участников.....	58
Лекция 8. Коммуникационная стратегия предприятия на рынке.....	65
Лекция 9. Интернет-реклама как современный инструмент продвижения на рынке.....	78
Перечень контрольных вопросов по курсу.....	86
Список литературы	87