

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Лекция 1. Сущность и основное содержание маркетинга.....	6
Лекция 2. Исследование маркетинговой и рыночной среды.....	14
Лекция 3. Информационное обеспечение принятия управленческих маркетинговых решений.....	19
Лекция 4. Управление поведением покупателей и потребителей на рынке.....	31
Лекция 5. Управление товарной стратегией предприятия на рынке...	41
Лекция 6. Управление ценовой стратегией маркетинга на рынке.....	52
Лекция 7. Каналы распределения товаров: сущность, функции, виды участников.....	58
Лекция 8. Управление коммуникационной стратегией предприятия на рынке.....	65
Лекция 9. Отраслевые особенности маркетинга.....	78
Лекция 10. Управление конкурентоспособностью предприятия на рынке.....	96
Перечень контрольных вопросов по курсу.....	105
Список литературы	107