

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. Отраслевые особенности маркетинга.....	78
Лекция 10. Оценка конкурентоспособности на рынке	96
Перечень контрольных вопросов по курсу.....	106
Список литературы	108