

УДК [658+005.93](075.8)

ББК 65.294.3я73

В75

А в т о р ы:

доктор экономических наук, профессор *И. П. Воробьев*,  
кандидат экономических наук, доцент *Е. И. Сидорова*

Р е ц е н з е н т

доктор экономических наук, профессор *С. И. Барановский*  
(заведующий кафедрой экономической теории и маркетинга  
УО «Белорусский государственный технологический  
университет», г. Минск)

**Воробьев, И. П.**

В75      Маркетинг в системе экономических отношений :  
краткий курс лекций / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова. – Минск : Беларуская навука, 2020. – 133, [1] с.  
ISBN 978-985-08-2503-2.

В книге рассмотрены вопросы стратегического маркетинга, конкурентоспособности продукции и предприятия, формирования имиджа субъекта хозяйствования, планирования хозяйственного риска.

Предназначена для студентов экономических и неэкономических специальностей, изучающих экономико-управленческие дисциплины. Будет полезна практическим работникам, преподавателям, аспирантам, магистрантам и другим специалистам, желающим изучить вопросы маркетинга в системе экономических отношений.

УДК [658+005.93](075.8)

ББК65.290-2я73

ISBN 978-985-08-2503-2

© Воробьев И. П., Сидорова Е. И., 2020

© Оформление. РУП «Издательский  
Дом «Беларуская навука», 2020



## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	5
<b>Лекция 1. Маркетинговая деятельность предприятия</b> .....	7
Вопрос 1. Социально-экономический основы и сущность маркетинга .....	7
Вопрос 2. Концепции маркетинга .....	10
Вопрос 3. Типы маркетинга .....	12
Вопрос 4. Функции маркетинга .....	15
Вопрос 5. Технология маркетинговой деятельности .....	20
Вопрос 6. Организация рекламной деятельности .....	25
<b>Лекция 2. Роль маркетинговых исследований в определении рыночных возможностей предприятия</b> .....	32
Вопрос 1. Сущность маркетинговых исследований .....	32
Вопрос 2. Цели и задачи маркетингового исследования .....	33
Вопрос 3. Маркетинговая информация .....	35
<b>Лекция 3. Стратегическое планирование на предприятии</b> ....	38
Вопрос 1. Сущность и функции стратегического планирования .....	38
Вопрос 2. Классификация стратегий .....	39
Вопрос 3. Разработка стратегического плана .....	42
<b>Лекция 4. SWOT-анализ</b> .....	45
Вопрос 1. Сущность SWOT-анализа .....	45
Вопрос 2. Правила проведения SWOT-анализа .....	47
Вопрос 3. Внутренние факторы .....	48
Вопрос 4. Внешние факторы .....	49
Вопрос 5. Методика проведения базового SWOT-анализа ....	50
Вопрос 6. Методика построения стратегической матрицы возможностей .....	52
Вопрос 7. Методика построения стратегической матрицы угроз .....	53

<i>Лекция 5. PEST-анализ</i> .....	55
Вопрос 1. Сущность PEST-анализа .....	55
Вопрос 2. Содержание PEST-анализа .....	56
Вопрос 3. PEST-анализ внешней среды .....	60
<i>Лекция 6. Имидж и стиль фирмы. Брэндинг</i> .....	62
Вопрос 1. Формирование имиджа и стиля фирмы .....	62
Вопрос 2. Брэнд: сущность и значение .....	64
<i>Лекция 7. Планирование хозяйственного риска</i> .....	66
Вопрос 1. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании .....	66
Вопрос 2. Виды потерь и рисков .....	69
Вопрос 3. Показатели риска и методы его оценки .....	73
Вопрос 4. Методы снижения рисков .....	75
Вопрос 5. Методика анализа и планирования рисков .....	79
<i>Лекция 8. Качество, стандартизация и сертификация продукции предприятия</i> .....	84
Вопрос 1. Сущность и показатели качества продукции .....	84
Вопрос 2. Управление качеством продукции. Петля качества ..	89
Вопрос 3. Стандартизация и сертификация продукции .....	92
Вопрос 4. Контроль в системе управления качеством продукции .....	96
Вопрос 5. Сущность и принципы системы менеджмента качества .....	100
<i>Лекция 9. Конкуренция как важнейший фактор повышения эффективности маркетинговой деятельности</i> .....	105
Вопрос 1. Сущность, виды, принципы конкуренции .....	105
Вопрос 2. Оценка конкурентоспособности предприятия, отрасли, государства .....	111
Вопрос 3. Методические подходы к оценке положения предприятия на рынке продукции, работ, услуг .....	116
<i>Лекция 10. Планирование маркетинга</i> .....	119
Вопрос 1. Сущность, функции планирования маркетинга .....	119
Вопрос 2. Задачи планирования маркетинга .....	122
Вопрос 3. Стратегический подход к планированию маркетинга .....	125
Вопрос 4. Конкуренция и оценка конкурентов .....	127
Вопрос 5. Характеристика рынков сбыта и их оценка .....	128
Вопрос 6. Организация рекламы .....	131
<b>Литература</b> .....	133