

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Тема 1. Предмет и основные понятия маркетинга	5
Тема 2. Маркетинг как философия бизнеса	10
Тема 3. Процесс управления маркетингом	14
Тема 4. Исследование маркетинговой и рыночной среды	18
Тема 5. Поведение покупателей и потребителей	25
Тема 6. Товарная политика	32
Тема 7. Ценовая политика	42
Тема 8. Политика распределения товаров в маркетинге	55
Тема 9. Система маркетинговых коммуникаций (политика продвижения товаров)	62
Тема 10. Организация управления маркетингом на предприятии	70
Тема 11. Прямой маркетинг и его развитие	77
Тема 12. Международный маркетинг	84
Тема 13. Маркетинг услуг	87
Учебно-методическая литература	93