

ЗМІСТ

Передмова.....	5
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.....	6
1.1. Передумови та етапи виникнення маркетингу.....	6
1.2. Сутність, значення та основні поняття маркетингу.....	8
1.3. Розвиток концепцій маркетингу.....	10
1.4. Головні суб'єкти маркетингу.....	12
Практикум до теми 1.....	13
Тема 2. Класифікація маркетингу.....	26
2.1. Призначення та основні критерії класифікації у маркетингу.....	26
2.2. Класифікація маркетингу за видами попиту.....	30
Практикум до теми 2.....	32
Тема 3. Характеристики маркетингу.....	39
3.1. Комплекс маркетингових засобів.....	39
3.2. Принципи та функції маркетингу.....	41
3.3. Маркетингове середовище.....	42
3.4. Дослідження поведінки покупців на споживчому та промисловому ринках.....	44
3.5. Сегментування ринку збуту та позиціонування товарів.....	46
Практикум до теми 3.....	51
Тема 4. Маркетингові дослідження.....	61
4.1. Сутність та необхідність маркетингових досліджень.....	61
4.2. Методи маркетингового дослідження.....	63
Практикум до теми 4.....	67
Тема 5. Маркетингова товарна політика.....	77
5.1. Сутність товару та його класифікація. Зміст товарної політики.....	78
5.2. Процес розробки нового товару.....	80
5.3. Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ) та маркетингові стратегії фірми на різних етапах ЖЦТ.....	82
5.4. Торговельні марки, їх види та стратегії використання. Бренд і брендинг. Упаковка товару.....	84
Практикум до теми 5.....	88
Тема 6. Маркетингова цінова політика.....	103
6.1. Сутність та цілі маркетингової цінової політики, класифікація цін та їх функції.....	103
6.2. Методи ціноутворення.....	106
6.3. Основні цінові стратегії.....	107
Практикум до теми 6.....	109

Тема 7. Маркетингова політика продажу	121
7.1. Сутність маркетингової політики продажу. Функції та типи каналів розподілу товарів.	121
7.2. Форми організації, функції оптової торгівлі та роздрібною торгівлі.....	127
7.3. Основи маркетингової логістики.....	132
Практикум до теми 7.....	136
Тема 8. Маркетингова політика просування	151
8.1. Сутність політики просування та її значення в комплексі маркетингу	151
8.2. Елементи комплексу маркетингових комунікацій	154
Практикум до теми 8.....	165
Тема 9. Організація маркетингу	182
9.1. Сутність, принципи та функції маркетингових організаційних структур підприємства.....	182
9.2. Типи організації маркетингової діяльності	184
Практикум до теми 9.....	185
Тема 10. Контроль маркетингу	192
10.1. Сутність, види та етапи маркетингового контролю.....	192
10.2. Особливості ревізії маркетингу	194
Практикум до теми 10.....	197
Тема 11. План маркетингу підприємства	205
11.1. Сутність та процес маркетингового планування.....	205
11.2. Маркетингове стратегічне та оперативне планування	207
11.3. Маркетингові стратегії та їх класифікація.....	210
Практикум до теми 11.....	217
Афоризми	231
Питання на Брейн-ринг з маркетингу	232
Термінологічний словник.....	233
Список використаної літератури.....	242
Додаток 1	245
Додаток 2	250