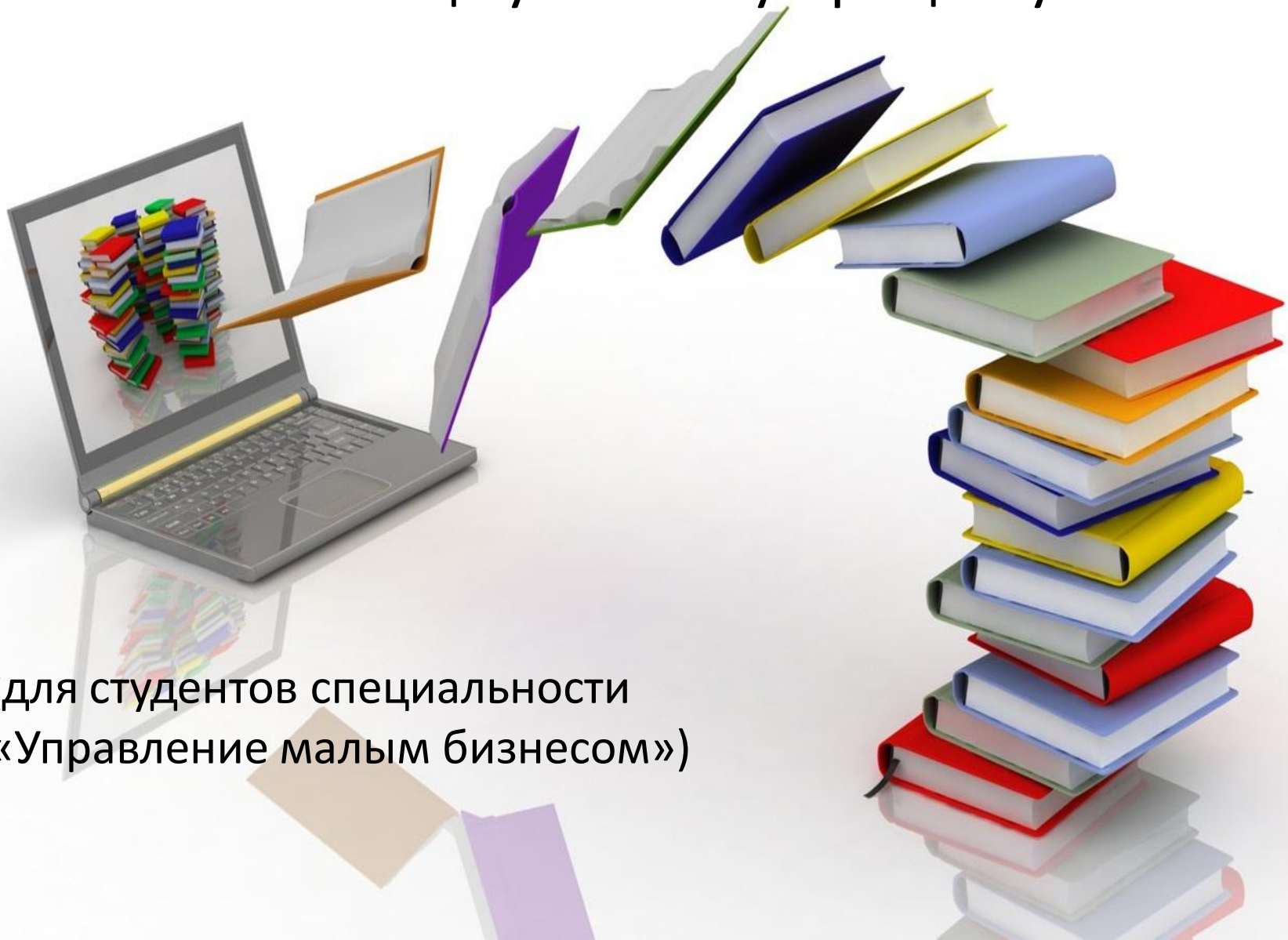


Виртуальный обзор:
«В помощь учебному процессу»



(для студентов специальности
«Управление малым бизнесом»)

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

ВТОРОЕ ЕВРОПЕЙСКОЕ ИЗДАНИЕ

*Филип Котлер
Гари Армстронг
Джон Сондерс
Вероника Вонг*



ВИЛЬ
W

Книга поможет вам получить полное представление о маркетинге, о его применении в практической деятельности. Книга предназначена для преподавателей маркетинга и других экономических дисциплин, студентов, менеджеров различного уровня, а также для всех, интересующихся новинками «технологии» работы на рынке. Продуманный стиль изложения, современный подход, широкое использование практических и наглядных примеров делают эту книгу легко читаемой, живой и увлекательной, способствуют усвоению знаний и приобретению опыта.

УЧЕБНОЕ
ПОСОБИЕ
ДЛЯ ВУЗОВ

Н.Е. ТИТОВА, Ю.П. ХОЖАЕВ

МАРКЕТИНГ



В учебном пособии рассматриваются возможность и целесообразность применения маркетинга в условиях отечественной экономики. Особое внимание уделяется проблемам анализа конкурентов, стратегического планирования, управления рисками, маркетингу торгово-посреднических услуг и другим аспектам маркетинговой деятельности. Пособие адресовано студентам вузов обучающимся по экономическим специальностям.



ВОПРОС – ОТВЕТ

Л.Е. Басовский

Маркетинг



Рассматриваются все темы, вопросы и понятия, предусмотренные программами по дисциплине "Маркетинг", в соответствии с государственными стандартами высшего профессионального образования РФ по экономическим, управленческим и другим специальностям. Приведены развернутые ответы на 60 вопросов, которые включаются в экзаменационные билеты для устных экзаменов по курсу маркетинга. Для студентов и преподавателей вузов, специалистов, предпринимателей.

*Н.А. Казакова, А.В. Александрова,
Н.Н. Кондрашева, С.А. Курашова*

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

У Ч Е Б Н И К



Учебник посвящен вопросам стратегического управления организацией. Рассматривается сущность и технология процесса стратегического управления, методические подходы к выбору и доводке стратегии. Особое внимание уделяется современным методам стратегического анализа внешней и внутренней среды организации, практическому применению различных инструментальных средств, функциям и методам контроллинга в стратегическом управлении бизнесом. Предназначен для студентов ВУЗов, обучающихся по экономическим и управленческим направлениям, аспирантов, магистрантов, преподавателей, а также профессиональных менеджеров и консультантов по стратегическому управлению бизнесом.

Е. Н. КНЫШОВА

МАРКЕТИНГ



Данное учебное пособие написано в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом 3-го поколения. В учебном пособии рассмотрены разносторонние аспекты маркетинга на уровне организации. Особое внимание уделяется анализу основных понятий в области маркетинга, различным методам по сбору и обработке информации, ценообразованию, развитию маркетинговых коммуникаций и организационной культуры. Представлен фактический материал, характеризующий реальные маркетинговые методики, используемые в практической деятельности российских организаций. Учебное пособие предназначено учащимся техникумов и колледжей экономических специальностей, студентам вузов, а так же практикующим специалистам, изучающим современные проблемы управления и маркетинга.

М.Н. Григорьев

МАРКЕТИНГ

Г А Р Д А Р И К И

Данное издание представляет собой полный и всесторонне разработанный систематический курс маркетинга. Вопросы изучения маркетинга как самостоятельной научной и учебной дисциплины изложены в строгой логической последовательности и отражают новейшие теоретические и практические исследования. Подробно освещены сущность и содержание маркетинговой деятельности, управление, аналитический инструментарий, товарная политика и проблема ценообразования в маркетинге. Большое внимание уделено системе товародвижения и особенностям международного маркетинга. Книга рассчитана на студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, и аспирантов, преподавателей экономических дисциплин.

339.138

Ф24

Р.А. ФАТХУТДИНОВ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

УЧЕБНИК

В учебнике академика Академии проблем качества РФ, доктора экономических наук, профессора Фатхутдинова Раиса Ахметовича излагаются принципы и методы формирования конкурентоспособной стратегии различных объектов управления. Стратегический маркетинг представлен в трех аспектах:

- 1) концептуально как ориентация любой деятельности на потребителя;
- 2) в пространстве как первая стадия жизненного цикла объектов;
- 3) во времени как первая общая функция управления государственными, предпринимательскими и другими структурами, техническими системами.

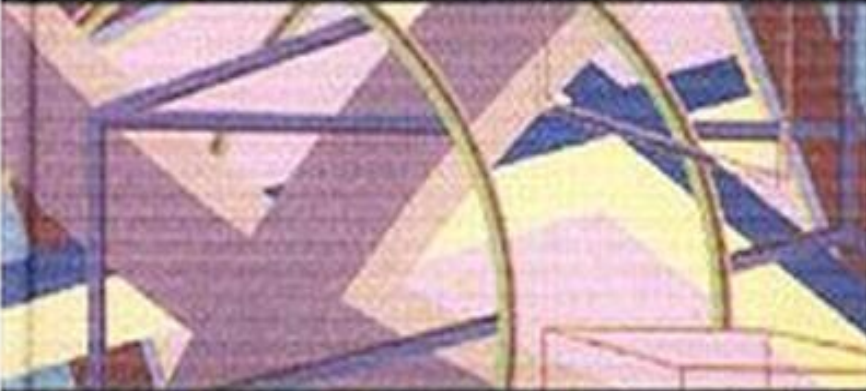
Предназначен руководителям, менеджерам, маркетологам, широкому кругу специалистов, преподавателям, студентам.



ПРОФИТ

Л. Г. Заблудов
М. И. Соколова

Стратегический менеджмент



О Г Р С И

В учебнике изложены основы дисциплины, являющейся интегрирующим курсом изучения жизнедеятельности организации. Дано представление о сути стратегического менеджмента, показано, что наличие стратегии - основа выживания компании в долгосрочной перспективе. Учебник состоит из трех частей: теоретической, практической и методической. В теоретической части рассмотрены концепция стратегического менеджмента, его процесс и аналитические инструменты, представлены методики стратегического анализа. Практические ситуации разработаны авторами на основе опыта работы отечественных предприятий. Для студентов вузов, обучающихся по экономическим и управленческим специальностям, аспирантов, магистрантов, преподавателей.

В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УЧЕБНИК

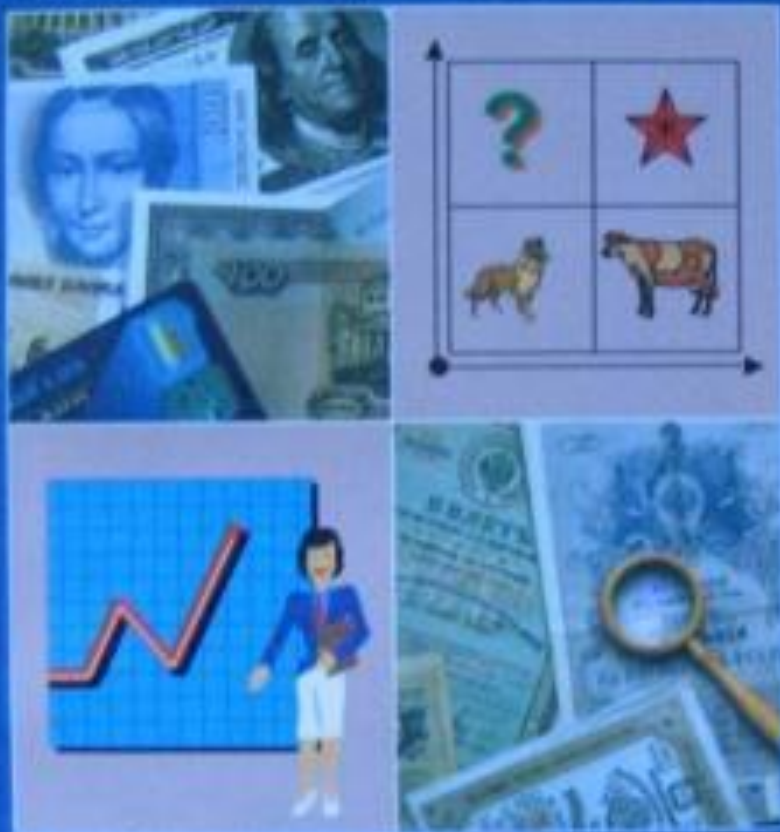
КНОРУС

Обобщены результаты исследований и практический опыт преподавания стратегического менеджмента в России. Актуальность изучения проблем стратегического управления определена происходящими в отечественной экономике рыночными переменами. Курс стратегического менеджмента является основополагающим для формирования у руководителей и специалистов знаний и умения видеть перспективы развития организации, определять ее миссию и цели, находить варианты реализации принятых стратегических решений. Комплексно рассматриваются все стороны стратегического менеджмента организации, приводятся примеры практического применения стратегий на российских и зарубежных предприятиях. Для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, а также для экономистов и менеджеров организаций.

МАРКЕТИНГ- ПРАКТИКУМ

А. П. Панкрухин

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ • КЕЙСЫ • ТЕСТЫ



Маркетинг – практикум представляет собой сборник задач, практических ситуаций и упражнений по курсу маркетинга для студентов высших учебных заведений. К каждой теме предложены вводная теоретическая связь и библиография. Пособие стимулирует обучающихся, читателей активно использовать и детально осваивать методы, принципы, технологии и другие инструменты маркетинга при анализе, оценке и решении конкретных рыночных проблем и практических ситуаций.



ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА И ЭКОНОМИКИ
им. А.С. Грибоедова

Москва • 1998

С книгами, представленными в данном обзоре,
можно ознакомиться на абонементе ПИМДНИДО,
расположенном по адресу:
г.Таганрог, ул.Инициативная,50.
График работы: Пн. – Пт. с 8 до 17 часов