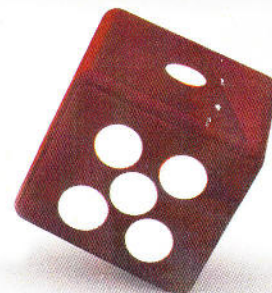


65.298-2
14.26

МАРКЕТИНГ ИГРАЯ



→
СЕРИЯ
УЧЕБНИКОВ
«ИГРАЯ»



2011

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2

М26

Авторы:

Маркетинг играя: учебное пособие / Шаховская Л.С., Е.Г. Попкова, О.А. Акимова, Т.Н. Митрахович [и др.].
– М.: КНОРУС, 2011. – 260 с.

ISBN 978-5-406-01823-1

Учебное пособие представляет собой это сборник кейсов, тестов, тренировочных упражнений, практических ситуаций, деловых игр, примеров историй реальных действующих компаний и их способов решения проблем, возникающих при работе на рынке. В начале каждого раздела дан обобщенный теоретический материал, для краткости и удобства сведенный в табличную и графическую форму. Все примеры проанализированы и прокомментированы профессионалами. Основной целью книги является выделение, проработка и удобная систематизация ключевых аспектов маркетинга.

Для студентов высших учебных заведений, а также практических работников.

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2

ISBN 978-5-406-01823-1

© Коллектив авторов, 2011



Автором и руководителем проекта «Серия учебников «Играя» выступает доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградского государственного технического университета Попкова Елена Геннадьевна.

Научный редактор – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградского государственного технического университета Шаховская Лариса Семеновна.

Учебник подготовлен коллективом специалистов в области маркетинга.

В написании глав приняли участие:

Глава 1 «Современная концепция маркетинга»

д.э.н., проф. Шаховская Л.С.,

д.э.н., проф. Е. Г. Попкова,

к.э.н., доцент О. Е. Акимова;

Глава 2 «Маркетинговая информационная система (МИС)

д.э.н., профессор В. И. Тинякова к.э.н., доцент О. Е. Акимова;

Глава 3 «Маркетинг и стратегическое управление»

д.э.н., проф. Шаховская Л.С.,

к.э.н., доцент Ю. И. Дубова;

Глава 4 «Маркетинг партнерских отношений»

д.э.н., проф. Шаховская Л.С.,

д.э.н., проф. Е. Г. Попкова;

Глава 5 «Функциональные стратегии маркетинга, сегментация, позиционирование и маркетинговый инструментарий» - специалист в области маркетинга А. И. Сорокина;

Глава 6 «Конкурентоспособность фирмы и конкурентные стратегии» - д.э.н., проф. В. Н. Островская;

Глава 7 «Управление товарной политикой» - к.э.н., доцент Е. В. Пацюк;

Глава 8 «Управление ценовой политикой» - к.э.н. Л. И. Кукаева;

Глава 9 «Маркетинговые каналы» - к.э.н., доцент Т. Н. Митрахович;

Глава 10 «Маркетинговые коммуникации» - к.э.н., доцент О. Е. Акимова;

Глава 11 «Брендинг» - к.э.н., доцент А. Ю. Заруднева;

Глава 12 «Бенчмаркинг» - к.э.н., доцент Е. Е. Сидорова;

Глава 13 «Маркетинг в отраслях народного хозяйства» - д.э.н., проф. В. Н. Островская, к.э.н., доцент Е. В. Пацюк;

Глава 14 «Маркетинг в туризме» - к.э.н., доцент С. К. Волков;

Глава 15 «Экологический маркетинг» - специалист в области маркетинга У. А. Волосатова;

Глава 16 «Маркетинг и банковские продукты» - специалист в области маркетинга А. П. Суворина;

Глава 17 «Региональный маркетинг»

д.э.н., проф. Шаховская Л.С.,

д.э.н., проф. Е. Г. Попкова,

к.э.н., доцент Т. Н. Митрахович;

Глава 18 «Персональный брендинг» - д.э.н., проф. Е. Г. Попкова, д.э.н., проф. В. Н. Островская;

Глава 19 «Интернет-маркетинг» - д.э.н., проф. Е. Г. Попкова, О. С. Дмитриевна, И. А. Никифоров;

Глава 20 «Прогнозирование в маркетинге» - д.э.н., проф. В. И. Тинякова.