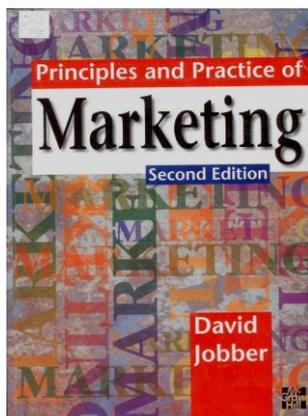


«Теория и практика маркетинга»

обзор литературы



65.5 Англ J 71

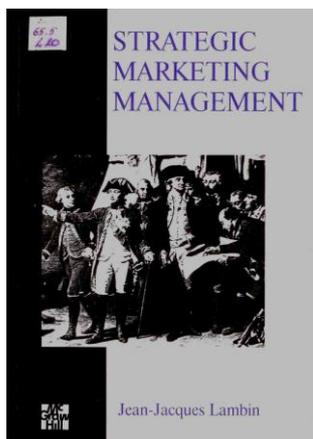
Jobber, David.

Principals and Practice of Marketing.- 2-nd edit.- London : Mc Graw-Hill Company, 1998.- 695 p.

Пер. загл. : Основы и методы маркетинга

Успешный маркетинг предполагает применение теоретических правил, знание рынка и основ стратегии.

Эта книга сочетает теорию и практическую реализацию маркетинга. В книге рассмотрены основы современного маркетинга, его структура, вопросы эффективного ценообразования, конкуренции, сферы услуг.



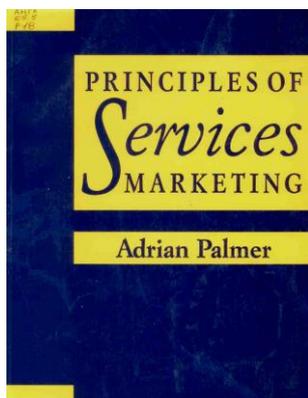
65.5 Англ. L 20

Lawbin, Jean-Jacques.

Strategic Marketing Management.- London: The McGraw-Hill Companies, 1997.-692p.

Пер. загл.: Управление стратегическим маркетингом.

В книге рассмотрены различия между операционным и стратегическим маркетингом, маркетинговая политика и мотивация потребителей, проблемы потребительского выбора, маркетинговые исследования и информационные системы. Автор анализирует вопросы рыночной конкурентноспособности и стратегии маркетинга с применением обучающих примеров.



65.5 Англ P18

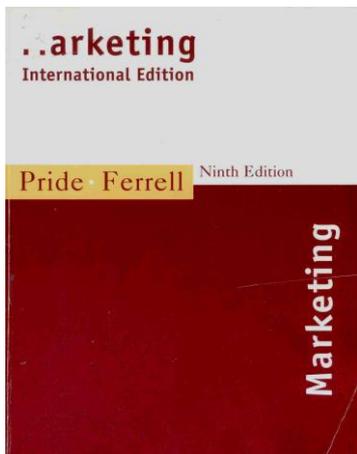
Palmer, Adrian.

Principles of Services Marketing.- London: The McGraw-Hill Companies, 1997.- 345p.

Пер. загл.: Принципы маркетинга сферы услуг.

В книге рассмотрены общие принципы маркетинга сферы услуг. В первой главе дано определение сферы услуг и оценка ее важности для национальной экономики. (Что такое сфера услуг? Что такое маркетинг?). В последующих главах рассмотрено планирование стратегического маркетинга, управление, проведение анализа и научных исследований рынков сферы услуг, управления столкновениями в сфере услуг и др.

Книга идеально подходит для студентов, специализирующихся в области маркетинга сферы услуг



65.5 Англ P92

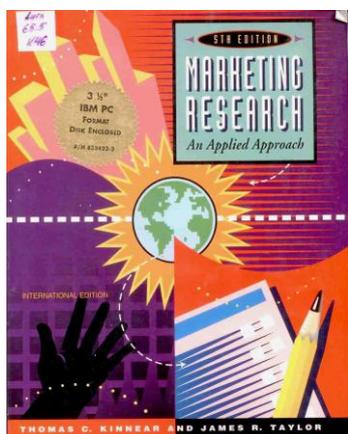
Pride, William., Ferrell O. C.

Marketing : Concepts and Strategies.- 9-th edit.- Boston : Houghton Mifflin Company, 1995.- 753 p.

Пер. загл.: Маркетинг: Концепции и стратегии.

Коллектив авторов представил вниманию студентов основы теории и практики принятия маркетинговых решений. В книге дано общее представление о маркетинге, маркетинговой среде, этике и международном маркетинге, рассмотрены информационные системы и маркетинговые исследования, поведение потребителя при совершении покупки,

организационные и целевые рынки, каналы маркетинга, оптовая и розничная торговля, продвижение товара на рынок, вопросы ценообразования, а также стратегия рыночного планирования.



65.5 Англ K46

Kinnear, Thomas. , James R.

Marketing research : An applied approach.- New York : McGraw-Hill, INC., 1996.- 881p.

Пер. загл.: Маркетинговые исследования: практический подход.

В книге рассматривается роль и значение исследований в управлении маркетинговым процессом, описаны различные аспекты исследований, концепции и приведены примеры исследовательских проектов.

Эта книга предназначена для широкого применения, рассчитана на бакалавров и магистрантов.