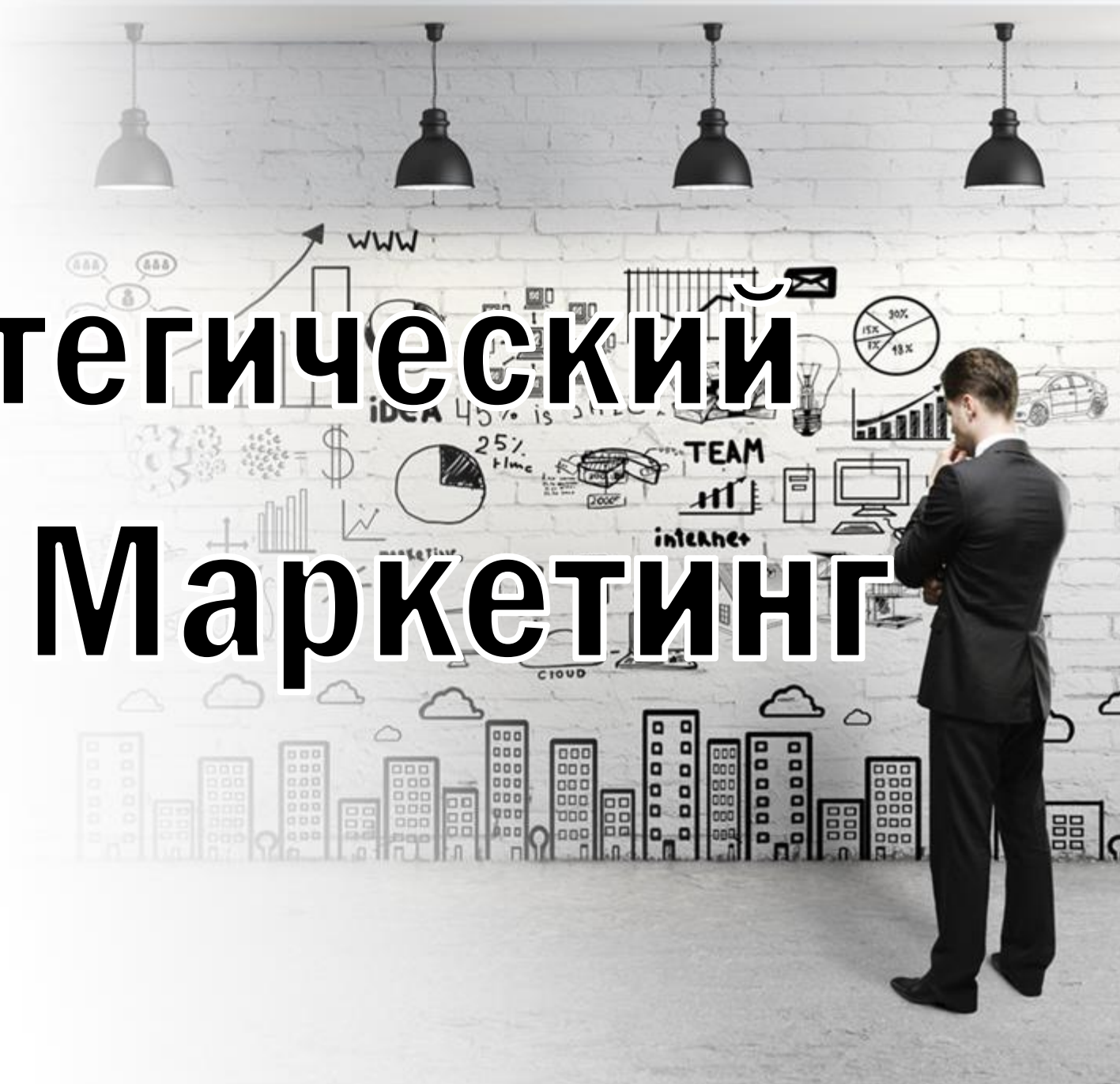


Стратегический Маркетинг





biblio-online.ru

Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг / Н. П. Реброва. —
Издательство Юрайт, 2019. — 186 с.

Учебник предназначен для лучшего усвоения слушателями курсов бакалавриата и магистратуры теоретической части дисциплины «стратегический маркетинг», а также для проведения практических занятий и организации самостоятельной работы. В учебнике нашли отражение концепции стратегического маркетинга в современных рыночных условиях. Изучение материала позволит приобрести навыки эффективного использования приемов и методов маркетинга в процессе организации производственной, финансовой и коммерческой деятельности фирмы. В конце главы предлагаются вопросы и задания для самоконтроля; представлены кейсы, рассказывающие о практике маркетинга в российских и зарубежных компаниях, а также вопросы и задания по ним.

Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/877BoC3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8/strategicheskiy-marketing#page/2>



Пашкус, Н.А. Стратегический маркетинг / Н. А. Пашкус и др. —
Издательство Юрайт, 2017. — 225 с.

Учебник посвящен изучению перспектив применения концепции стратегического маркетинга в деятельности организаций и экономических субъектов самых разных типов. Предложенная для обсуждения концепция позволит рыночным субъектам наилучшим образом соответствовать требованиям современной глобальной быстро меняющейся экономической среды и находится свой путь обеспечения высокой конкурентоспособности и эффективного продвижения. Стратегический маркетинг нацелен не только на поиск стратегии удовлетворения текущих потребностей целевых потребителей, но и на выявление таких проблем, которые в будущем станут основой важных потребностей выбранных целевых групп и смогут быть наилучшим образом удовлетворены с помощью выбранной стратегии.



Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/74048CED-AoDo-47B5-A150-A02C2AE8E9BD/strategicheskiiy-marketing#page/2>

Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент / А. В. Тебекин.—
Издательство Юрайт, 2017. — 333 с.

Изложены вопросы стратегического менеджмента, в том числе стратегические проблемы развития производства и структура промышленности; стратегия предприятия и стратегическое управление; стратегический маркетинг; ситуационный анализ; формирование стратегических целей и стратегии предприятия, стратегии и технической политики предприятия. Представлены стратегия внешнеэкономической деятельности (ВЭД), стратегия и организационная структура предприятия; стратегический потенциал предприятия. Рассмотрено проектирование систем управления.



Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/strategicheskiy-menedzhment-406274#page/83>

Синяева, И. М. Маркетинг / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. —
Издательство Юрайт, 2019. — 495 с.

Учебник в логической последовательности раскрывает организационные формы управления интегрированными коммуникациями, представляет технологии внутрифирменного планирования, особенности категорийного менеджмента, интерактивного маркетинга для поступательного развития и рыночного устойчивости коммерческой структуры. Акцентирует внимание на необходимости социальной ответственности бизнеса за результаты труда перед обществом. В учебнике дается концепция рекламных технологий и связей с общественностью, которые надо своевременно и гибко использовать в организации для получения намеченного результата в работе. Предложены оценочные механизмы результатов работы коммерческой структуры с учетом качества обслуживания клиентов.

Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-431801#page/45>



Григорьев, М. Н. Маркетинг / М. Н. Григорьев. —Издательство Юрайт, 2017. — 559 с.

Данное издание представляет собой полный и всесторонне разработанный систематический курс маркетинга. 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. Для более эффективного усвоения теоретического материала учебник снабжен заданиями и контрольными вопросами. Также в издании приведены темы рефератов и списки литературы по каждой теме.



Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/marketing-412600#page/2>

Маркетинг / Т. А. Лукичёва и др. ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. —Издательство Юрайт, 2018. — 370 с.

В издании подробно рассматриваются теоретические и практические вопросы маркетинга, его современное понимание и особенности применения, методы анализа внешней среды предприятия, оценки привлекательности рынков, конкурентоспособности товаров и фирмы, эффективности различных маркетинговых мероприятий. Учебник содержит большое количество интересных примеров, иллюстрирующих реальную деятельность различных предприятий и организаций. Теоретическая часть дополнена обширным практикумом по каждому разделу, содержащим разнообразные задания — контрольные вопросы, ситуационные задания, тесты, кейсы, что позволит студентам самостоятельно проверить и закрепить полученные знания и навыки.



Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/marketing-413386#page/2>



znaniium.com

электронно-библиотечная система

Романов , А. А. Маркетинг / А .А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с.

В учебном пособии рассматриваются основные понятия маркетинга, его использование на разных уровнях управления, а также роль в стратегическом планировании. Подробно излагаются вопросы маркетинговых исследований, изучения и анализа рыночной ситуации, разработки комплекса маркетинга, маркетингового планирования и контроля. Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело», а также для специалистов-практиков.



Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415055>

Стратегический маркетинг для магистров / под ред. О. Н. Жильцовой -
Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 354 с.

Представлены современные организационные формы управления маркетингом, технологии маркетинговых исследований как на российском, так и на международном рынках, показано сопряжение логистической и маркетинговой стратегий предприятия, раскрыты стратегии управления маркетинговыми коммуникациями. Учебник разработан в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования третьего поколения по направлению «Маркетинг».



Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505690>

ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ ДОСТУПА
К ЭЛЕКТРОННЫМ РЕСУРСАМ
НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ НГУЭУ
ОБРАЩАТЬСЯ ПО АДРЕСУ

E-LIBRARY@NSUEM.RU

АБОНЕМЕНТ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
ПРЕДЛАГАЕТ
КНИЖНУЮ ВЫСТАВКУ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

НАШ АДРЕС: КАМЕНСКАЯ, 56, к. 8.