

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

МАРКЕТИНГ

Учебное пособие

для студентов, обучающихся по направлению
080200. 62 — Менеджмент

Москва
2013

УДК 339.138
ББК 65.290-2
М26

Авторы:

*В.Б. Лукин, Н.М. Белоусова, В.А. Богомолова,
А.В. Делятицкая, Л.Н. Косова, О.В. Кублашвили,
Е.Н. Сакина*

Под общей редакцией *В.Б. Лукина*

Рецензенты:

Г.Н. Степанова, доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой менеджмента МГУП;
С.А. Шаламков, кандидат экономических наук, доцент
кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных
технологий НИУ ВШЭ

М26 Маркетинг : учеб. пособие / В.Б. Лукин, Н.М. Белоусова,
В.А. Богомолова и др. ; под общ. ред. В.Б. Лукина ; Моск.
гос. ун-т печати. — М. : МГУП, 2013. — 251 с. : ил.

В учебном пособии рассмотрены сущность и место маркетинга в управлении организацией, методы маркетинговых исследований и виды информации, планирование маркетинговой деятельности. Значительное внимание уделено концепции продукта и товара, сбытовой и рекламной деятельности. Освещены проблемы формирования ценовой и товарной политики организаций, особенности международного маркетинга.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент».

УДК 339.138
ББК 65.290-2

© Лукин В.Б., Белоусова Н.М.,
Богомолова В.А., Делятицкая А.В.,
Косова Л.Н., Кублашвили О.В.,
Сакина Е.Н., 2013

© Московский государственный
университет печати
имени Ивана Федорова, 2013

Оглавление

Предисловие	5
Глава 1. Введение в маркетинг	7
1.1. Понятие маркетинга (<i>Е.Н. Сакина</i>)	7
1.2. Концепции маркетинга (<i>Е.Н. Сакина</i>)	10
1.3. Маркетинговая система (<i>Е.Н. Сакина</i>)	15
1.4. Внешняя среда функционирования организации (<i>В.А. Богомолова</i>)	18
1.5. Внутренняя среда функционирования организации (<i>В.А. Богомолова</i>)	23
Глава 2. Маркетинговые исследования	27
2.1. Методология маркетинговых исследований (<i>Л.Н. Косова</i>)	27
2.2. Методы кабинетных исследований рыночной среды (<i>Л.Н. Косова</i>)	31
2.3. Методы полевых исследований рыночной среды (<i>О.В. Кублашвили</i>)	39
2.4. Анализ данных маркетинговых исследований (<i>О.В. Кублашвили</i>)	57
2.5. Методы исследования внутренней среды организации (<i>Л.Н. Косова</i>)	63
Глава 3. Система маркетинговой информации (<i>О.В. Кублашвили</i>)	68
3.1. Виды маркетинговой информации	68
3.2. Первичная и вторичная маркетинговая информация	75
Глава 4. Управление маркетинговой деятельностью организации	80
4.1. Планирование маркетинговой деятельности организации (<i>В.А. Богомолова, Л.Н. Косова</i>)	80
4.2. Организация маркетинговой деятельности (<i>Л.Н. Косова</i>)	85
4.3. Маркетинг-аудит (<i>Л.Н. Косова</i>)	89
Глава 5. Товарная политика организации (<i>В.Б. Лукин</i>)	93
5.1. Понятие продукта и товара	93
5.2. Цели, задачи и виды товарной политики	102

5.3. Жизненный цикл товара	108
5.4. Конкурентоспособность товара	115
5.5. Товарный знак, упаковка и маркировка товаров	121
5.6. Разработка нового товара	130
Глава 6. Ценовая политика организации (В.Б. Лукин)	135
6.1. Место цены в маркетинговой деятельности организации	135
6.2. Ценообразующие факторы	136
6.3. Классификация цен	142
6.4. Ценовая политика и ценовые стратегии организации	155
6.5. Методы расчета цен	164
Глава 7. Сбытовая деятельность организации (Н.М. Белоусова)	179
7.1. Каналы и методы сбыта	179
7.2. Система сбыта	188
7.3. Стимулирование сбыта	193
Глава 8. Рекламная деятельность организации (Н.М. Белоусова)	199
8.1. Реклама и ее роль в деятельности организации	199
8.2. Формирование рекламного бюджета и оценка эффективности рекламной деятельности	206
8.3. Связи с общественностью	213
Глава 9. Международный маркетинг (А.В. Деяницкая)	216
9.1. Понятие и виды международного маркетинга	216
9.2. Исследования и выбор рынков в международном маркетинге	218
9.3. Особенности товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики международного маркетинга	222
9.4. Методы выхода на международные рынки	230
Библиографический список	240
Словарь терминов	243