

УДК 338.24(075.8)
ББК У291.3-21я73-1
С137

Рецензенты:

кафедра теоретической и прикладной социологии
Уральского государственного педагогического университета
(заведующий кафедрой доктор социологических наук,
доцент Е. В. П р я м и к о в а);
Д. С. Л е б е д е в а, директор департамента маркетинга
Макрорегионального филиала «Урал» ОАО «Ростелеком»

Савчук, Г. А.

С137 Управление маркетингом на предприятии : учеб. посо-
бие / Г. А. Савчук, Ю. В. Мокерова ; М-во образования и нау-
ки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во
Урал. ун-та, 2014. – 112 с. : ил.
ISBN 978-5-7996-1267-2

В учебном пособии представлены материалы по теоретическим ос-
новам и практическим приемам управления маркетингом на предприятии.
На примере рынка телекоммуникационных услуг показаны основные проб-
лемы, возникающие в сфере управления маркетингом. В ходе выполнения
заданий к предложенным в учебном пособии кейсам студентам предлага-
ется выработать те или иные управленческие решения на базе изученной
теории.

Для студентов, получающих образование в области гуманитарных
и социальных наук. Может представлять интерес для специалистов, рабо-
тающих в области маркетинга, рекламы, менеджмента.

УДК 338.24(075.8)
ББК У291.3-21я73-1

ISBN 978-5-7996-1267-2

© Уральский федеральный университет, 2014
© Савчук Г. А., Мокерова Ю. В., 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ ...	6
Тема 1. Сущность, содержание и функции маркетинга	6
Кейс 1. Организация и роль маркетинга на предприятии. <i>На примере Уральского филиала ОАО «Ростелеком»</i> <i>(2008–2010)</i>	13
Тема 2. Управление маркетингом: стратегическое планирование	20
Кейс 2. Рынок сотовой связи: определение стратегических направлений развития компании. <i>На примере одной из компаний Урало-Приволжского региона</i> ...	33
Тема 3. Организация маркетинговой деятельности на предприятии	39
Кейс 3. Ростелеком: изменение организационной структуры предприятия в зависимости от выбранной стратегии развития ...	46
Тема 4. Маркетинговая информационная система как поддержка управления маркетингом	51
Кейс 4. Ростелеком: маркетинговая информационная система и планирование развития компании	57
Контрольные вопросы и задания к разделу 1	60
РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕМЕНТАМИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА	61
Тема 5. Управление товарной политикой предприятия	61
Кейс 5. Рынок сотовой связи: разработка нового продукта для «нового» сегмента	71
Тема 6. Управление ценовой политикой	74
Кейс 6. Опыт анализа влияния скидок на показатели коммерческой эффективности деятельности компании	81
Тема 7. Управление каналами распределения	85
Кейс 7. Рынок сотовой связи: борьба за каналы сбыта	91

Тема 8. Управление комплексом продвижения	94
Кейс 8. Комбинированная стратегия продвижения: имиджевая и продуктовая составляющие	97
Контрольные вопросы и задания к разделу 2	101
Заключение	103
Список рекомендуемой литературы	105