

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АЭРОКОСМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени академика С.П.КОРОЛЕВА»

А.А. НЕЧИТАЙЛО

МАРКЕТИНГ В КНИЖНОМ ДЕЛЕ

С А М А Р А 2007

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АЭРОКОСМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени академика С.П.КОРОЛЕВА»

А.А. НЕЧИТАЙЛО

МАРКЕТИНГ В КНИЖНОМ ДЕЛЕ

САМАРА
Издательство СГАУ
2007

УДК 33+655
ББК У 050я7+Ч 617я7
Н 593

Рецензенты: д-р филос. наук, проф. Т. Н. С о с н и н а
д-р эконом. наук, проф. О. И. В а с и л ь ч у к

Нечитайло А.А.
Н 593 **Маркетинг в книжном деле:** учеб. пособие / А.А. Нечитайло. –
Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2007. – 112 с. : ил.

ISBN 978-5-7883-0548-6

В учебном пособии рассмотрены актуальные вопросы и основные особенности маркетинга в книжном деле с точки зрения как книгоиздателя, так и книготорговца. Приведены конкретные примеры организации мерчендайзинга розничной торговой точки.

Также рассмотрены особенности современной книжной торговли, стратегия мерчендайзинга, общая стратегия книжного магазина, вопросы тактики и стратегии обслуживания корпоративного клиента. Рассмотрены вопросы подбора и поведения персонала и другие важные элементы работы книжного магазина.

Предназначено для преподавателей и студентов, обучающихся по специальностям 030901 «Издательское дело и редактирование» и 030903 «Книгораспространение».

УДК 33+655
ББК У 050я7+Ч 617я7

ISBN 978-5-7883-0548-6

© Нечитайло А.А., 2007
© Самарский государственный
аэрокосмический университет, 2007