

В.Г. Жуков

# МАРКЕТИНГ

Учебное пособие

Екатеринбург - 2005

УДК 339.13  
Ж 24  
Жуков В. Г.  
Ж 24 Маркетинг: Учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во УГТУ, 2005. 177 с.  
ISBN 5-8019-0083-7

В учебном пособии, в соответствии с учебной программой курса «Маркетинг», приведены основные понятия и термины, необходимые для его изучения, освещены основные вопросы теории маркетинга и современные подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии с учетом отраслевых особенностей горной промышленности.  
Данное пособие предназначено для студентов экономических специальностей.

Рис. 36. Табл. 1. Билл. 35 назв.

Рецензенты: Пахомов В. П., главный научный сотрудник, д-р экон. наук  
(Институт экономики УрО РАН)  
Пирожков В. А., к-т экон. наук, профессор, проф. кафедры  
менеджмента (УрГЭУ)

Печатается по решению Редакционно-издательского совета  
Уральского государственного горного университета

© Жуков В. Г., 2005  
© Уральский государственный  
горный университет, 2005  
ISBN 5-8019-0083-7

## Оглавление

Введение .....	5
<b>1. Основные понятия маркетинга .....</b>	<b>7</b>
1.1. Сущность маркетинга и его основные категории .....	7
1.2. Концепции маркетинга .....	12
1.3. Цели, принципы и функции маркетинга .....	16
1.4. Сущность и общее содержание маркетинговой деятельности ..	19
1.5. Маркетинговая среда и ее компоненты .....	22
Контрольные вопросы .....	31
<b>2. Поведение покупателей на различных рынках .....</b>	<b>33</b>
2.1. Виды рынков .....	33
2.2. Покупательское поведение на потребительском рынке .....	34
2.3. Покупательское поведение на рынке предприятий .....	43
Контрольные вопросы .....	50
<b>3. Работа с рынком и выбор целевых сегментов .....</b>	<b>52</b>
3.1. Сегментирование рынка .....	52
3.2. Выбор целевых сегментов .....	57
3.3. Позиционирование товара на рынке .....	59
Контрольные вопросы .....	61
<b>4. Комплекс маркетинговой деятельности .....</b>	<b>63</b>
4.1. Товарная политика предприятия .....	63
4.2. Ценовая политика предприятия .....	87
4.3. Политика предприятия в области товародвижения .....	105
4.4. Политика предприятия в области стимулирования .....	117