Проблемы организации маркетинга на производственном предприятии

План

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

1.1 Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике

1.2 От маркетинга к ориентированному на рынок менеджменту

1.3 Предпосылки внедрения маркетинга на производственных предприятиях

1.4 Управление производственными предприятиями на основе маркетинговых стратегий

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ GREEN STAR

2.1 Современное состояние производственной деятельности Green Star

2.2 Исследование факторов внешней и внутренней среды производственного предприятия Green Star

2.3 Состояние маркетинговой деятельности на производственном предприятии Green Star

2.4 Маркетинговое обеспечение деятельности производственного предприятия Green Star

ГЛАВА 3 ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМИ ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Проблемы управления маркетинговыми процессами производственного предприятия

3.2 Пути совершенствования управления маркетинговыми процессами предприятия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Приложения

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2005. - 328 с.

2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Т. 1 М.: Соцэкгиз, 1935. С. 17.

3. Али М. Практический маркетинг и паблик рилейшнз для малого бизнеса / Пер. с англ. - СПб.: Нева, 2004. - 416 с.

4. Аненков М.К., Завгородняя А.А., Панкрухин А.Б., Ямпольская Д.Д. Двигатели конкуренции. - М.: Интерсоциоинформ, 2005. - 246 с.

5. Анискин Ю.А. Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие. - М.: Финансы и Статистика, 2005. - 160 с.

6. Багиев Г.Л., Тарасевич B.C. Ценовая политика предприятия. - СПб.: Питер, 2001.-272 с.

7. Баландин Е.А., Дробышева Л.А. Маркетинговая оценка конкурентоспособности производственного предприятия: метод, пособие. - Москва: Типография «Блок», 2005. - 42 с.

8. Баландин Е.А., Дробышева Л.А. Методические рекомендации по разработке плана маркетинга производственного предприятия: метод, пособие. - Москва: Типография «Блок», 2005.-52 с.

9. Баландин Е.А. Региональная торговля: специфика продвижения магазинов // Современная торговля. - 2004. - № 10. - С. 87-90.

10. Баландин Е.А. Методика оценки конкурентоспособности производственно-торгового предприятия малого и среднего бизнеса // Современная торговля. - 2004. - № 12. - С. 64-75.

11. Беннис У., Томас Дж. Как становятся лидерами: менеджмент нового поколения / Пер. с англ. - М.: Вильяме, 2006. - 208 с.

12. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Принципы и практика. Российский опыт. - М.: Эксмо, 2002. - 400 с.

13. Биншток Ф.И. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 198 с.

14. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: Основные концепции и методы. - М.: Вектор, 2005. - 288 с.

15. Бучанан Р. Враг внутри. Когда покупатели думают, что нам не до них. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2003. - 384 с.

16. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие. - М.: Дашков и Ко, 2005. - 740 с.

17. Горбашко Е.А. Обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции в переходный период к рыночной экономике: диссертация... д-ра экономических наук: (08.00.05). - СПб., 1994. - 203 л.

18. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. - М.: Специальная литература, 2003. - 959 с.

19. Греммерлинг Г.А. Ваше дело: самоучитель по индивидуальному предпринимательству. - М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2004. - 94 с.

20. Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 334 с.

21. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: учебник. - 7-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2005. - 700 с.

22. Джеффри Ф. Как делать большие деньги в малом бизнесе / Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 168 с.

23. Дибб С., Симкин Л., Брэдли Дж. Практическое руководство по маркетинговому планированию / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2004. - 256 с.

24. Дробышева Л.А., Баландин Е.А. Маркетинговая оценка конкурентоспособности производственного предприятия // Справочник экономиста. - 2006. - № 5. - С. 45-57.

25. Дробышева Л.А., Баландин Е.А. Маркетинговая оценка конкурентоспособности производственного предприятия // Справочник экономиста. - 2006. - № 6. - С. 38-47.

26. Завьялов П.С. Конкуренция — неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. - 2003. - № 5. - с.236.

27. Казанцев А.К, Серова Л.С. Основы производственного менеджмента. - М.: МНФРА-М, 2002. - 348 с.

28. Кеворков В.В. Практический маркетинг. Рабочая тетрадь руководителя. - СПб.: Дельта, 2001. - 318 с.

29. Кеворков В.В., Леонтьев C.B. Политика и практика маркетинга на предприятии. - СПб.: Дельта, 2002. - 238 с.

30. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. - СПб.: Питер, 2005. - 814 с.

31. Котлер Ф. Основы маркетинга /Пер. с англ. - М.: Вильяме, 2004. – 944 с.

32. Котлер Ф. Управление маркетингом / Сокр. пер. с англ. — М.: Экономика, 2004. — 223 с.

33. Кретов И.И. Организация маркетинга на предприятии: практич. пособие. -М.: Юристъ, 2001. - 96 с.

34. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. - М.: Наука, 2004. - 589 с.

35. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. - СПб.: Питер, 2007. - 800 с.

36. Манн И. Маркетинг на 100 % / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2003.

37. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик JI.H. Маркетинг: учебник. - СПб.: Питер, 2004. - 325 с.

38. Моисеева Н.К., Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии. - М.: Финансы и Статистика, 2002. - 304 с.

39. Мешков A.A. Маркетинг. - М.: Дашков и Ко, 2002. - 172 с.

40. Морозов Ю.В. Основы маркетинга. - М.: Дашков и Ко, 2006. - 148 с.

41. Нагель К. Практика предпринимательства. Анализ-Инструменты- Методы / Пер. с англ. - М.: Интерэксперт, 2003. - 536 с.

42. Неудачин В.В. Реализация стратегии компании. Финансовый анализ и моделирование. - М.: Вершина, 2006. - 176 с.

43. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2002. - 328 с.

44. Плэтт В. Стратегическая разведка. Основные принципы / Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 376 с.

45. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2003.-896 с.

46. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. - М. Дашков и Ко, 2006. - 504 с.

47. Пихлер Й.Х., Пляйтнер Х.Й., Шмидт К.Х. Малые и средние предприятия. Управление и организация. - М.: Международные отношения, - 280 с.

48. Потапов С.В. Как организовать бизнес. - М.: Эксмо, 2006. - 192 с.

49. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. - М.: КНОРУС, 2005. - 672 с.

50. Бурцева Т.А., Сизов В.Ц., Цень О.А. Управление маркетингом. - М.: Экономит, 2005. - 271 с.

51. Ерёмин Н.В. Маркетинг: Основы и маркетинг информация. - М.: КНОРУС, 2006. - 656 с.

52. Маркова В.Д. Маркетинг менеджмент. - М. Омега-Л, 2007. - 204 с.

53. Нагапетьянц Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. - М.: Вузовский учебник, 2007. - 272 с.

54. Омарова А.Р. Проблемы конкурентоспособности отечественных предприятий // Орталык Казахстан. – 2009. №1, - С. 15 – 16.

55. Горелова А. Маркетинговое исследование: многоаспектный взгляд // маркетинг, № 6, 2000, с. 19-23.

56. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экон. и маркетинга, 2001. – 264 с.

57. Базарова А.А. Условия обеспечения конкурентоспособности предприятий // Бизнес&Власть. – 2009. №3, - С. 18 – 19.

58. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов – сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке). 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Междунар. Отношения, 2004. – 341 с.

59. Тен Н.В. Методические указания. по дисциплине «Анализ производственно – хозяйственной деятельности предприятия» Кар.ГТУ. Караганда. 2009

60. Портер, М. Международная конкуренция; пер. с англ.; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 2004. – 896 с.