

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ:

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Наукове видання

УДК 658.8
ББК 65.290-2
С 91

Рецензенти: докт. екон. наук, професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка" *Мних О. Б.*; канд. екон. наук, доцент, зав. кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна *Євтушенко В. А.*; докт. екон. наук, професор, зав. кафедри економіки та маркетингу Національного технічного університету "ХПІ" *Яковлев А. І.*

Рекомендовано до видання рішенням вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Протокол № 11 від 18.05.2015 р.

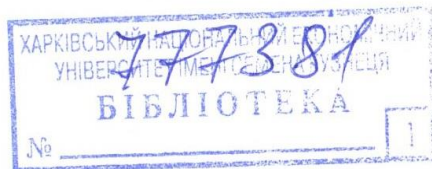
Авторський колектив: докт. екон. наук, професор Орлов П. А. – п. 1.1; докт. соц. наук, професор Лисиця Н. М. – п. 1.6, 2.4; канд. екон. наук, професор Холодний Г. О. – п. 1.3; канд. екон. наук, доцент Притиченко Т. І. – п. 1.2; канд. екон. наук, доцент Косенков С. І. – п. 2.1; канд. екон. наук, доцент Алдохіна Н. І. – п. 1.5; канд. екон. наук, доцент Рожко В. І. – п. 2.3; канд. екон. наук, доцент Птащенко О. В. – п. 1.4; канд. екон. наук, доцент Бихова О. М. – п. 1.7; канд. екон. наук, доцент Гронь О. В. – вступ, п. 2.6, висновки; канд. екон. наук, доцент Рубан В. В. – п. 2.2; канд. екон. наук, викладач Лях І. С. – п. 2.5; аспірант Брусенко Н. В. – п. 1.6.

Орлов П. А.

С 91 Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку : наукове видання / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Орлова П. А. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с. (Укр. мов.)
ISBN 978-966-676-599-7

Розглянуто аспекти стратегічного та тактичного маркетингу в сучасних умовах висококонкурентного середовища, теорію та практику розвитку маркетингу, а також використання нових інструментів маркетингу, таких, як внутрішній маркетинг, наставництво, інформаційні та Інтернет-технології. Досліджено проблеми маркетингової діяльності в банківській сфері та на ринках товарів промислового призначення.

Рекомендовано для студентів, аспірантів і викладачів економічних ВНЗ та економічних і фінансових спеціальностей, працівників і фахівців відділів маркетингу та збутових відділів підприємств і організацій.



ISBN 978-966-676-599-7

УДК 658.8
ББК 65.290-2

© Орлов П. А., Лисиця Н. М.,
Холодний Г. О. та ін., 2015
© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2015

Зміст

Вступ	3
Розділ 1. Сучасні напрями розвитку маркетингу:	
теорія та практика	7
1.1. Сучасний стан розвитку маркетингу та соціальної відповідальності суб'єктів господарювання	7
1.2. Теорія та практика бізнес-планування: маркетинговий аспект	20
1.3. Перспективи використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємств	44
1.4. Використання інформаційної складової у маркетингово- логістичній системі підприємства	56
1.5. Внутрішній маркетинг: ключові аспекти та проблеми застосування на підприємствах.....	64
1.6. Наставництво як форма управління персоналом в маркетингу ..	82
1.7. Маркетинг у банківській сфері	94
1.7.1. Особливості застосування маркетингу у банківській сфері ..	94
1.7.2. Класифікація бенчмаркінгу в системі управління банків	102
Розділ 2. Стратегічні та тактичні аспекти маркетингу	108
2.1. Розвиток методів позиціонування продуктів на ринках	108
2.2. Аутсорсинг маркетингу в сучасних умовах господарювання	127
2.3. Склад і структура каналів розподілу.....	140
2.4. Нові рекламні тактики у маркетингу	146
2.5. Методичне забезпечення медіа-планування комунікаційної кампанії підприємства	160
2.6. Особливості брендингу на ринку товарів промислового призначення	174
Висновки	191
Використана література	194