Никитина Т. Е., Смирнов К. А.

Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / Науч. ред. К. А. Смирнов. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 166 с. – (Научная мысль).

ISBN 978-5-16-005497-1

Монография отражает современное понимание основных разделов маркетинга - его политик и функций - и описывает практики применения механизмов маркетинга предприятиями и корпорациями.

В первом разделе приведены основные понятия маркетинга — потребности, спрос, жизненный цикл. Проанализированы законы и принципы маркетинга. При описании политик, кроме известных четырех, предложена дополнительная политика – политика возможностей (possibilities). Раскрыта сущность управления маркетингом, показаны функции маркетинга.

Во втором разделе дается описание практики применения механизмов маркетинга на предприятии: внутреннего и внешних рынков. Впервые приводится подробное описание специфики механизмов маркетинга для корпорации, в частности механизмов повышения конкурентоспособности с помощью снижения материальных затрат.