



Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства. [текст] : навч. посіб. / І. В. Бойчук. А. Я. Дмитрів – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 620 с.

ISBN 978-617-673-278-5

У посібнику в доступній для всіх формі розглянуто сутність, завдання та особливості розвитку маркетингу промислового підприємства як сучасної стратегії управління виробництвом і збутом промислової продукції з метою найбільш повного задоволення мінливих потреб організованих споживачів, а на цій основі – реалізації місії та досягнення цілей підприємства на ринку.

Покликаний допомогти читачу засвоїти науково-теоретичні і практичні аспекти в дослідженні ринків промислових товарів і послуг, поведінки різних категорій промислових покупців, у формуванні та реалізації маркетингової стратегії і тактики промислового підприємства в сучасних ринкових умовах; адаптувати світові теоретичні здобутки у сфері маркетингу до сучасних умов діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Посібник призначений для студентів і викладачів вищих навчальних закладів, а також для широкого кола фахівців у різних сферах бізнесу, задіяних до використання маркетингових підходів у вирішенні практичних завдань.