



□□ **Скибінський, С.В.**

□□ **Маркетинг. Ч. 2 : підручник / С.В. Скибінський . – Львів : Піраміда, 2009 . – 748 с. – На укр. яз. – ISBN 978-966-441-145-2**

У підручнику теоретичний матеріал курсу максимально поєднаний із проблематикою його практичного втілення на фірмах. Застосовано нетрадиційну структуру, до якої включено рубрики: орієнтовного переліку рівнів засвоєння навчального матеріалу після опрацювання кожного розділу; концептуальну схему; ринкові ситуації «Маркетинг у дії»;, «Виконайте завдання невідкладно»; резюме; основні терміни до теми, що особливо важливо, запропоновано три види контролю засвоєння навчального матеріалу (завдання і запитання для обговорення, запитання з варіантами відповідей так/ні, тестові запитання до кожного розділу).

Викладено навчальний матеріал, що розкриває суть маркетингової діяльності - дослідження поведінки споживачів, сегментування ринку, а також застосування засобів впливу на ринок, потенційних і реальних покупців і споживачів через комплекс факторів, стратегій: продукту, ціни, розповсюдження і промоції.

Для студентів денної, заочної і дистанційної форм навчання напрямів підготовки: «Маркетинг», «Міжнародні відносини», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінанси і кредит», «Облік і аудит», «Економічна кібернетика», «Товарознавство і торговельне підприємництво», «Готельно-ресторанна справа»; освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», слухачів інститутів післядипломної освіти та підвищення кваліфікації, бізнес-шкіл.