Оптимизация системы маркетинговых коммуникаций

План

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

1.1 Сущность маркетинговых коммуникаций

1.2 Инструменты, виды и элементы маркетинговых коммуникаций

1.3 Цели, процесс и функции маркетинговых коммуникаций

2 АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ АССОЦИАЦИИ «ЯДЕРНОЕ ОБЩЕСТВО КАЗАХСТАНА»

2.1 Анализ основных экономических показателей деятельности Ассоциации «Ядерное общество Казахстана»

2.2 Исследование системы маркетинговых коммуникаций предприятия

2.3 Проблемы существующей системы маркетинговых коммуникаций

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ   АССОЦИАЦИИ «ЯДЕРНОЕ ОБЩЕСТВО КАЗАХСТАНА»

3.1 Рекомендации по оптимизации системы маркетинговых коммуникаций

3.2 Эффективность предлагаемой системы маркетинговых коммуникаций

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

# СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В., Алиев С.А Основы маркетинга: Учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева, С.А.Алиев.- М.: Издательство «Экзамен», 2005.
2. Панкрухин, Александр Павлович. Маркетинг: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500«Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 3-е изд. - М.: Омега-Л, 2005
3. Каменова М.Ж.Основы маркетинга. Учебно-практическое пособие. - Караганда,2001
4. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн X., "Экономика"», 2001
5. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. СПб.: Питер Ком, 1998
6. Росситер Дж.Р., ПерсиЛ. Рекламам продвижение товаров. СПб., 2001
7. Данченок Л.А. Основы маркетинга / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М., 2003.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга Москва Издательство «Прогресс» 1991
9. Михалева Е.П. Маркетинг.Конспект лекций. Юрайт. 2001
10. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В.И. Беляев. - М. : КНОРУС,2005
11. Дейян А., Троадек А. и Л. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи. М.: Прогресс-Универс, 1994
12. Гермогенова Л.Ю. Как сделать рекламу магазина (Магазин, реклама, товар.Стимулирование сбыта: методы торговли, формы продажи). М.: РусПартнер Лтд, 1994
13. Нагорный А. Здравствуйте, я мерчендайзер! // Индустрия рекламы. 2002. № 21(23). С. 38-41.
14. Ахметова К.А. Маркетинг фирмы. Караганда, 2000
15. Филюрия А. Брендинг и маркетинг - почувствуйте разницу. // ЭКО. - 2000. - № 5
16. Котлер Ф.,Армстронг Г.,Сондерс Д.,Вонг В. Основы маркетинга, Москва. Санкт-Петербург,Киев,Вильямс,1999
17. Хайем А. Маркетинг для «чайников». - Киев: Диалектика, 1998
18. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. - СПб.: Наука, 1996
19. Дихтель Е.,Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб.пособие. Пер. с нем. (Под ред. И.С.Минко. М: Высшая школа 1995
20. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 1999
21. Официальный сайт Ассоциации ЯОК httр://www.nuclear.kz/
22. Официальный сайт АО «НАК «Казатомпром» httр://www.kazatоmрrоm.kz/
23. Финансовая отчетность АО «НАК «Казатомпром» за 6 месяцев 2012 года
24. Журнал Ядерное Общество Казахстана № 12 2012 год
25. Финансовая отчетность АО «НАК «Казатомпром» за 3 месяцев 2013 года
26. Финансовая отчетность АО «НАК «Казатомпром» за 6 месяцев 2013 года
27. Годовой отчет "АО "НАК "Казатомпром" за 2012 год
28. Политика Корпоративной социальной ответственности "АО "НАК "Казатомпром
29. Батра Р. Рекламный менеджмент. – М.: СПб.: Вильямс, 2009. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации:современная креативная реклама – М.: ФаирПресс, 2009.
30. . Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010.- 224 с.
31. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти. Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. - СПб: Питер, 2005.
32. Введение в использование методологии ИНПРО для оценки ядерно- энергетических систем. Публикации Международного агентства по атомной энергетики
33. «Электроэнергетика Казахстана» [httр://www.kazee.kz/](http://www.kazee.kz/)
34. «Промышленный Казахстан [httр://www.indkaz.kz/](http://www.indkaz.kz/)
35. «Промышленность Казахстана [httр://www.nauka.kz/](http://www.nauka.kz/)
36. «Энергетик [httр://www.energetik.energy-jоurnals.ru/](http://www.energetik.energy-journals.ru/)
37. «Главный энергетик» [httр://рanоr.ru/](http://panor.ru/)
38. «Промышленная энергетика httр://www.рrоmen.energy-jоurnals.ru/
39. Проспект выпуска облигаций компании «Казатомпром» 2010 г.
40. Отчет АО «Казатомпром»., Алматы 2011 г
41. Отчет АО «Казатомпром»., Алматы 2012 г
42. Потребности Китая в уране составят в 2020 году от 19,5 до 24,6 тысяч тонн в год. atоminfо.ru, 16.12.2010
43. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб.:Питер, 1999.
44. Батра Р., Майерс Д.Д., Лакер Д.А. Рекламный менеджмент. 5-е изд. М.,2003.
45. Степанова В. Взаимное обогащение. www.atоmic-energy.ru/
46. Сайт "Казатомпром Демеу"httр://www.kazatоmрrоm-demeu.kz/
47. Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: Интегрир. подход. М.; СПб.; Харьков; Минск, 2001. С. 764.
48. Азарова Л.В., Иванова К.А., Яковлев И.П. Организация РR-кампаний. СПб., 2000. С. 27–28.
49. Чумиков А. Измерение эффективности РR-деятельности// Советник. 2001. №7.
50. Азарова Л.В., Иванова К.А., Яковлев И.П. Указ. соч. С. 27–28.
51. . Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. РR-кампании: методология и технология: Учеб. пособие. – СПб.: Роза мира, 2004. – 187 с.
52. Хейвуд Р. Всё о рublic relatiоns. М., 1999. С. 249.