Современные концепции управления маркетингом

План

Введение

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕПЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

1.1 Сущность маркетинговой деятельности

1.2 Современные концепции управления маркетингом

2 АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ

2.1 Краткая характеристика деятельности компании «АЛМА-ТВ»

2.2 Анализ применения маркетинговой концепции взаимодействия (отношений) в компании

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРИМЕНЕНИЯ В КОМПАНИИ  МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане: теория, методология, практика. - Монография. - Алматы: «Аян-Эдет», 2001. - 288 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. – М.: «Дело», 2002. – 341 с.
3. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М., 2001. – 294 с.
4. Амблер Т. Практический маркетинг. – СПб: Изд-во «Питер», 2005. – 324 с.
5. Котлер Ф. Управление маркетингом – М.: Финансы и статистика, 2004. – 745 с.
6. Акулич И.Л. Маркетинг, Минск, 2008. – 401 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-школа, Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
8. Гордиенко П.С. Особенности маркетинга взаимодействия // Маркетинг. – 2010. – № 2. – С. 20 – 28.
9. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М.,Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов; Под общей ред.Багиева Г.Л.-М.: «Экономика», 2002. – 399 с.
10. Гельвановский, М.И. Глобальный маркетинг// Экономический журнал. – 2007– № 3. – С. 67–68.
11. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экон. и маркетинга, 2001. – 264 с.
12. Данные компании «АЛМА-ТВ».