Управление маркетингом на предприятии

План

Введение

1 Роль маркетинга в повышении эффективности деятельности предприятия

1.1 Сущность и концепция маркетинговой деятельности

1.2 Процесс управления маркетингом на предприятии

1.3 Планирование и контроль за осуществлением маркетинговых мероприятий

1.4 Маркетинговые коммуникации в системе управления маркетингом

2 Анализ отдельных аспектов маркетинговой деятельности ТОО «»

2.1 Общая технико-экономическая характеристика предприятия

2.2 Внутренняя среда управления маркетингом на предприятии

2.3 Конкурентный рынок как внешняя среда маркетинга

2.4 SWOT-анализ

3 Разработка мероприятий по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью на предприятии ТОО «»

3.1 Основные направления совершенствования управления маркетинговой деятельностью на предприятии

3.3 Совершенствование системы управления маркетингом

Заключение

Список использованной литературы

Список использованной литературы

1. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. – М.: «Дело», 2002. – 341 с.

2. Котлер Ф. Управление маркетингом – М.: Финансы и статистика, 2004. – 745 с.

3. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. – М.: ИНФРА – М., 2001. – 294 с.

4. Амблер Т. Практический маркетинг. – СПб: Изд-во «Питер», 2005. – 324 с.

5. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экон. и маркетинга, 2001. – 264 с.

6. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг: учебник. – М. : ЗАО «Бизнес-школа, Интел-Синтез», 2000. – 640 с.

7. Хайгне, П. Экономический образ мышления; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Дело, при участии Catallaxy, 2004. – 704 с.

8. Макконелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика; пер. с англ. – М. : Республика, 2000. – 401 с.

9. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов – сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке). 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Междунар. Отношения, 2004. – 341 с.

10. Шумпетер, И. Теория экономического развития; пер. с нем. – М. : Прогресс, 2001. – 455 с.

11. Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2003.– 374 с.

12. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Гардарика, 2004. – 528 с.

13. Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане: теория, методология, практика. - Монография. - Алматы: «Аян-Эдет», 2001. - 288 с.

14. Завьялов, П.С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей / П.С. Завялов // Маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 20 – 32.

15. Гельвановский, М.И. Маркетинговые коммуникации // Экономический журнал. – 2002. – № 3. – С. 67–68.

16. Гузков, И. Тенденции изменения маркетинговых коммуникаций / И. Гузков, Н. Типова // Маркетинг. – 2004. – № 1. – С. 20 – 34.

17. Данные с официального сайта Агентства Республики Казахстан по статистике (www.stat.kz).

18. Акулова Н. Расцвет у подножья Казнета// «National Business» №11-12 (93) 2011 г

19. Горожанкин К. Итоги 2012 года в электронной коммерции Казахстана// http://www.predictor.kz/?p=536

20. Омарова А.Р. Проблемы конкурентоспособности отечественных предприятий // Орталык Казахстан. – 2009. №1, - С. 15 – 16.

21. Базарова А.А. Условия обеспечения конкурентоспособности предприятий // Бизнес&Власть. – 2009. №3, - С. 18 – 19.

22. Тлеубердинова А. Т. Цены и ценообразование: Учебное пособие. Караганда: Изд-во КарГУ, 2002. – 160с.

23.

24. Тен Н.В. Методические указания. по дисциплине «Анализ производст¬венно – хозяйственной деятельности предприятия» Кар.ГТУ. Караганда.

25. Каренов Р.С., Раимбеков Б.Х., Акжолов А.М. Основы менеджмента: Электронный учебник. – Астана: Комитет по правам интеллектуальной собственности Министерства юстиции Республики Казахстан. – Свидетельство №386 от 18 ноября 2005 года.

26. Попов Е. Планирование маркетинговых исследований на предприятии // Маркетинг, №1,2000, с. 101-108.

27. Березин И.С. Маркетинг и исследование рынка. М.: Русская Деловая Литература, 2004. - 416 с.

28. Горелова А. Маркетинговое исследование: многоаспектный взгляд // маркетинг, № 6, 2000, с. 19-23.

29. Отчетные данные ТОО «Wooppay».