

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут

В.М. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчальний посібник



Вінниця 2016

УДК 658.8
ББК 65.290-2Я73
Б81

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Київського національного торговельно-економічного університету (протокол № 5 від 27 жовтня 2016 року).

Рецензенти:

РОМАТ Є.В., Голова Співки рекламистів України, доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ

МАЗУР А.Г., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри аграрного менеджменту Вінницького національного аграрного університету, м. Вінниця

ТКАЧУК О.М., доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, м. Вінниця

В.М. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко

Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. - Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. – 224 с.

В навчальному посібнику викладено теоретичні і методичні основи маркетингового менеджменту, особливості організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності підприємства. Висвітлено концептуальні засади здійснення маркетингового менеджменту та процесу управління маркетингом підприємства.

Теоретичний матеріал навчального посібника доповнено глосарієм, навчальним тренінгом до кожної теми, що містить тестові завдання, кросворди, ситуаційні (практичні) справи.

Навчальний посібник рекомендований для здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей.

ISBN 978-966-629-774-0

© В.М. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко

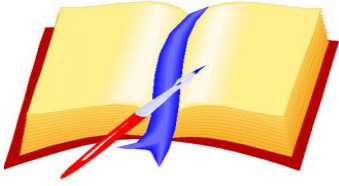
ЗМІСТ

ВСТУП	6
ТЕМА 1 СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ І ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	7
1.1. Еволюція маркетингового менеджменту.....	7
1.2. Сутність маркетингового менеджменту.....	8
1.3. Основні завдання та функції маркетингового менеджменту.....	12
1.4. Принципи впровадження маркетингового менеджменту в ринкових умовах.....	14
1.5. Управлінські концепції маркетингу.....	17
1.6. Сучасні тенденції розвитку маркетингового менеджменту....	18
ТЕМА 2 МЕХАНІЗМ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	21
2.1. Розвиток складних комунікаційних зв'язків підприємства на ринку.....	21
2.2. Управління маркетинговою функцією.....	22
2.3. Управління попитом.....	23
ТЕМА 3 ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	26
3.1. Сутність організації маркетингового менеджменту.....	26
3.2. Принципи організації маркетингового менеджменту.....	33
3.3. Маркетингові організаційні структури управління: інтегровані та неінтегровані	34
3.4. Склад служб маркетингу підприємства.....	35
3.5. Типові моделі побудови інтегрованих маркетингових структур управління.....	39
3.6. Змішані форми побудови маркетингових структур управління.....	45
3.7. Тимчасові форми організації маркетингу на підприємстві.....	47
ТЕМА 4 СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДРОЗДІЛІВ ПІДПРИЄМСТВА	50
4.1. Алгоритм створення маркетингових підрозділів підприємства та характеристика його основних етапів.....	50
4.2. Перевірка раціональності створення маркетингових підрозділів підприємства	59

ТЕМА 5	МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ	61
5.1.	Маркетингове планування: суть, зміст, основні завдання та принципи	61
5.2.	Види планів маркетингу.....	63
5.3.	Процес маркетингового планування та характеристика його основних етапів.....	63
5.4.	Принципи ефективного планування маркетингу.....	67
ТЕМА 6	МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ	71
6.1.	Теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства.....	71
6.2.	Місце стратегічного маркетингу у структурі управління підприємства.....	80
6.3.	Сутність та складові маркетингових стратегій.....	83
6.4.	Розроблення та вибір маркетингової стратегії підприємства... ..	87
6.5.	Класифікація маркетингових стратегій.....	91
ТЕМА 7	МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ	98
7.1.	Маркетингове стратегічне планування: суть, предмет та завдання.....	98
7.2.	Процес маркетингового стратегічного планування.....	101
7.3.	Моделі маркетингового стратегічного планування.....	105
7.4.	Основні аспекти стратегічного аналізу.....	110
7.5.	Формулювання місії підприємства та його цілей.....	112
7.6.	Суть портфельного методу вибору стратегії підприємства.....	113
7.7.	Методика розробки маркетингових програм та бюджету маркетингу.....	116
7.8.	Реалізація маркетингових планів та контроль їх виконання... ..	118
7.9.	Стратегічні вікна та їх використання в маркетинговому стратегічному плануванні.....	120
ТЕМА 8	МАРКЕТИНГОВЕ ТАКТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ	122
8.1.	Маркетингове тактичне планування: суть та структура.....	122
8.2.	Бізнес-план: суть, структура та зміст основних розділів.....	128
8.3.	Маркетингове оперативне планування: суть та характерні риси.....	131
8.4.	Порядок розробки маркетингових оперативних планів.....	133

ТЕМА 9	МАРКЕТИНГОВІ ПРОГРАМИ	135
9.1.	Маркетингові програми: суть, зміст, типи та основні завдання розробки.....	135
9.2.	Алгоритм розробки програми комплексу маркетингу.....	139
ТЕМА 10	КОНТРОЛЬ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	141
10.1.	Контроль маркетингової діяльності підприємства: суть, процес та критерії ефективних форм його проведення.....	141
10.2.	Контролінг маркетингової діяльності.....	146
10.3.	Аналіз маркетингової діяльності підприємства: зміст та алгоритм його проведення.....	151
10.4.	Маркетинговий аудит.....	155
ГЛОСАРІЙ.....		160
НАВЧАЛЬНИЙ ТРЕНІНГ		170
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		215

ВСТУП



Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» є однією із обов'язкових навчальних дисциплін циклу професійної підготовки та відіграє важливе значення у формуванні фахівців з маркетингу.

Метою вивчення дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування у здобувачів освітнього ступеня «магістр» системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності підприємства з врахуванням сучасних умов господарювання.

Основними завданнями є ознайомлення здобувачів вищої освіти з основними поняттями, категоріями, системами та принципами маркетингового менеджменту, відпрацювання практичних навичок розв'язання маркетингових завдань та виконання відповідних маркетингових функцій, виховання здатності до творчого пошуку напрямів та резервів удосконалення системи і процесів управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Предметом вивчення дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є система управлінських відносин в службах маркетингу та їх зв'язки з іншими підрозділами підприємства.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до структурно-логічної схеми навчального процесу та вимог кваліфікаційних характеристик з фаху і спрямований на формування у здобувачів освітнього ступеня «магістр» знань про сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту, його механізм, організацію маркетингового менеджменту, створення маркетингових підрозділів підприємства, маркетингове планування, маркетингові стратегії, маркетингове стратегічне планування, маркетингове тактичне планування, маркетингові програми, контроль та аналіз маркетингової діяльності.

Навчальний посібник у короткій конспективній формі дає уявлення про ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства, організацію маркетингу на підприємствах різних видів діяльності, маркетингове стратегічне, тактичне і оперативне планування, контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.

Даний навчальний посібник охоплює основні програмні положення курсу «Маркетинговий менеджмент» і може бути використаним здобувачами освітнього ступеня «магістр» економічних спеціальностей.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Армстронг Г. Введение в маркетинг: Учебное пособие / Г. Армстронг. - М.: Вильямс, 2000. - 640 с.
2. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 2001.- 804 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 612 с.
4. Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту: Навч. посібн. / Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 224с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова – 2-е вид., переробл. і доп. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. – 290 с.
6. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 240 с.
7. Башинська І.О. Характеристика новітніх маркетингових комунікацій з позиції використання їх для промислових підприємств / І. О. Башинська // Проблеми науки. – 2013. – №6. – С.31-37.
8. Башкатова Ю. И. Контроллинг : [учебно-методический комплекс] / Ю. И. Башкатова. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2009. – 104 с.
9. Белявцев М.І. Маркетинговий менеджмент : Навчальний посібник для студ. вищ. навч. заклад. / за ред. М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова. – К.: Донецький нац. ун-т., 2006. – 407 с.
10. Белянцева М.І. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / М.І. Белянцева, В.Н. Воробйова. - К.: Центр учбової літератури, 2006.- 407 с.
11. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник / О.А. Біловодська. – К.: Знання, 2011. – 495 с.
12. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. / О.А. Біловодська. – К.: Знання, 2010. – 332с.
13. Божкова В.В. Механізм стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств / В. В. Божкова // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №6. – С.48-53.
14. Бурцева Т.А. Управління маркетингом: Навчальний посібник / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 271 с.
15. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навчальний посібник / За ред. В. О. Василенка. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 400 с.
16. Вачевський М. В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики: Навчальний посібник / М. В. Вачевський, В. Г. Скотний, О. М. Вачевський. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 256 с.
17. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. – 2009. – №4. – С.52-55.

18. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак – К. : КНЕУ, 2000. - 100 с. – (Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.).
19. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.
20. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2003. – 382 с.
21. Гетьман О.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. –К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
22. Голубков Е. П. Стратегическое планирование и роль маркетинга в организации / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 103–123.
23. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: Навчальний посібник / Б.Є. Грабовецький. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
24. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 304 с.
25. Гут І. О. Основні проблеми використання сучасних маркетингових стратегій та програм стимулювання збуту в умовах розвитку українського ринку / І. О. Гут // Академічний огляд. Економіка та підприємництво. – 2004. – № 1. – С. 80–85.
26. Дикань В.Л. Стратегічне управління [Текст] : навч. посіб. / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токамакова, О.В. Шраменко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272с.
27. Дли М. И. Контроллинг процессов энергосбережения на региональном уровне / М. И. Дли, С. А. Михайлов, А. А. Балябина // Контроллинг. – 2010. – № 2 (35). – С.74–79.
28. Дружерученко К. Міфи великого бізнесу: Газова камера / К. Дружерученко // Український діловий тижневик "Контракти". – 2008. – №5. – С.15–17.
29. Друкер П. Менеджмент : Учебник / П. Друкер, Ф. Макьярелло, А.Джозеф : Пер. С англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010. – 704 с.
30. Житник О. Маркетингові дослідження в Україні: тенденції та прогнози / О. Житник // Маркетинг в Україні. – 2011. – №1. – С.8-11.
31. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник: третє видання, доповнене та перероблене / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 844 с.
32. Зінь Е.А. Планування діяльності підприємства: Підручник / Е.А. Зінь. - К: Професіонал, 2004.- 320 с.
33. Зозульов О. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств у сучасних умовах / О. Зозульов, М. Базь, Т. Царьова // Вища школа. – 2008. – №6. – С.50-68.
34. Іванова В. В. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / В. В. Іванова. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.- 472 с.
35. Іванова Р.Х. Маркетинговий менеджмент / Р.Х. Іванова. – Х.: «ИНЖЭК», 2007. – 120с.

36. Інновації в маркетингу промислового підприємства : Монографія / О. С. Телетов, Н. В. Івашова, Є. І. Нагорний ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. С. Телетова. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 282 с.
37. Кендюхов О. В. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства / О. В. Кендюхов, С. М. Димитрова // *Економіка и право*. – 2004. – № 2. – С. 98–102.
38. Кіндрацька Г. Л. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник / Г.Л. Кіндрацька. – К.: Знання, 2006. - 366 с.
39. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг (Часть I) / А.И. Ковалев. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2002. – 616 с.
40. Ковінько О.М. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій: В 2 частинах / О.М. Ковінько, І.І. Поліщук. – Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2015. -137 с.
41. Ковшова І. О. Формування процесу маркетингових досліджень на підприємстві / І. О. Ковшова, І. А. Гриджук // *Економіка & держава*. – 2011. – №2. – С.62-64.
42. Комарницький І.М. Маркетинговий менеджмент : Навчальний посібник / за ред. д.е.н. І.М. Комарницького – Львів : Апріорі, 2007. – 132 с.
43. Корж М. В. Маркетинг: Навчальний посібник / М. В. Корж. - К.: Центр учбової літератури, 2008. – 285 с.
44. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2012. – 480с.
45. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Келлер, А. Павленко та ін. – К.: Хімджест, 2008. – 720с.
46. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - М: Вильямс, 1998.- 1056 с.
47. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ.– М.: «Ростинтер», 1996.– 704 с.
48. Крикавський Є.В. Промисловий маркетинг: Підручник / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай. - Львів : Львівська політехніка, 2004. – 472 с.
49. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Є.В. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар. - 2-ге вид. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. - 256 с. - (Серія «Світ маркетингу і логістики». - Вип. 3)
50. Криковцева Н.О. Маркетингова товарна політика : Підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортельова; за ред. Н.О. Криковцевої. - К.: Знання, 2012. - 183 с.
51. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник / Н. В. Куденко. – К., 2002. – 152 с.
52. Кучеренко В.Д. Маркетингова товарна політика: Підручник / В.Д. Кучеренко, Н.Б. Ткаченко. - К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2000. - 149 с.
53. Кушнір І.Г. Формування організаційних систем маркетингового менеджменту в птахівничому підкомплексі АПК: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / І.Г. Кушнір. – Київ, 2007. – 16 с.

54. Левків Г.Я. Маркетинговий менеджмент. Підручник / Г.Я. Левків, Р.М. Минів, Б.Б. Батюк. – Львів: Сполом, 2010. – 228 с.
55. Лігоненко Л.О. Контролінг: Опорний конспект лекцій / Л.О. Лігоненко, Н.П. Шульга, М.В. Тарасюк. – Київ: КНТЕУ, 2012. – 65 с.
56. Липчука В.В. Маркетинг: Навчальний посібник / За заг. ред. В. В. Липчука. - Львів: "Магнолія 2006", 2012. – 170 с.
57. Литвиненко А.М. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник / А.М. Литвиненко. – К.: Знання, 2010. – 294 с.
58. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник / О.Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
59. Максимова Т. Особливості формування маркетингової політики на українських промислових підприємствах в умовах кризи / Т. Максимова, О. Жданова, Є. Івченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – №6. – С.22-26.
60. Максимова Т.С. Комплекс маркетингу промислового підприємства (діагностика стану і прогнозування): Монографія / Т.С. Максимова, О.Є. Шапран. - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – 248 с.
61. Максимова Т.С. Основи маркетингу: Навчальний посібник / Т.С. Максимова, Н.М. Голубєва, Г.О. Цопа. - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. - 168 с.
62. Максимова Т.С. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник / Т.С. Максимова, І.В. Харченко, В.В. Аронова. - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. – 184 с.
63. Манн Р. Контролінг для починаючих / Р. Манн, Э. Майер. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 208 с.
64. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: Монографія / С.М. Ілляшенко, Г.О. Пересадько; за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 328 с.
65. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К : Знання, 2004. – 354 с.
66. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. заклад. / [М.І. Белявцев, В.М. Воробйов, В.Г. Кузнецов та ін.] ; за ред. М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова;. – К. : Донецький нац. ун-т., 2006. – 407 с.
67. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / [за ред. д.е.н. І.М. Комарницького]. – Львів : Апріорі, 2007. – 1032 с.
68. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / Під заг. ред. М.І. Белявцева та В.Н. Воробйова. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 407с.
69. Менеджмент – моя спеціальність = I Major in Management : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Л.А. Колот. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 252 с.
70. Менеджмент: Електронний підручник для студентів вищих навчальних закладів / Під заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2013.

71. Мельник Д. Л. Маркетингова стратегія підприємства / Д. Л. Мельник // Вісник Хмельн. нац. ун-ту. – 2009. – № 3. – С. 213–219.

72. Могилевская О. Ю. Особенности формирования маркетинговой стратегии развития промышленного предприятия / О. Ю. Могилевская // Економіка та держава. – 2007/1. – № 5. – С. 42–44.

73. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія / А. П. Наливайко. - К: КНЕУ, 2001.-227 с.

74. Нечаев В.П. Промисловий маркетинг: Навч.-метод. посібник / В.П. Нечаев. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.

75. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 240 с.

76. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: Підручник / О.Ф.Оснач, В.П. Пилипчик, Л.П. Коваленко – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 363 с.

77. Павленко А.Ф. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.

78. Панкрухин А. П. Маркетинговые стратегии / А. П. Панкрухин // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 104–123.

79. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник/ В.П. Пелішенко. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 200 с.

80. Петренко С. Н. Контроллинг : [учебное пособие] / С. Н. Петренко – К. : «Ника-Центр, Эльга», 2003. – 327 с.

81. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник / В.П. Пилипчук, О. Ф. Оснач, Л. П. Коваленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 264 с.

82. П'ятницька Г.Т. Стратегічне управління: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Г.Т. П'ятницька, Л.В. Лукашова, Н.В. Ракша; за ред. Г.Т. П'ятницької. – Київ: КНТЕУ, 2013. – 408 с.

83. Планування та прогнозування в умовах ринку: Навчальний посібник / За ред. В. Г. Воронкової. – К.: Професіонал, 2006.- 608 с.

84. Поліщук І.І. Маркетинговий менеджмент: Методичні рекомендації та ситуаційні завдання до самостійної роботи для студентів ОС «магістр» напряму підготовки «Маркетинг» / І.І. Поліщук. - Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2014. -30 с.

85. Поліщук І.І. Моніторинг факторів макросередовища підприємства поштового зв'язку на ринку послуг: Розділ в монографії / І.І. Поліщук, В.В. Шарко // Формування механізму стійкого розвитку економіки: теорія та практика. – Дніпропетровськ: ФОП «Дробязко С.І.», 2014. – 438 с. – с. 427-437.

86. Поліщук І.І. Формування та реалізація інноваційної стратегії торговельного підприємства як фактор його розвитку / І.І. Поліщук, В.В. Шарко // Збірник наукових праць II Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України». - Вінниця: Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2014. – С.169-173.

87. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс. - 2007. - 454 с.
88. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. - 2005. - 454 с.
89. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс. - 2008.-720 с.
90. Пять «Р» стратегии [Менеджмент.com.ua] [Електронний ресурс]. - Режим доступу – <http://www.management.com.ua/strategy/str023.html>.
91. Россоха В. В. Маркетинговий менеджмент в системі управління підприємством. // Агроінком. - 2012. - № 10-12. - С.108-112
92. Святенко В. Ю. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник / В. Ю. Святенко. - К.: МАУП, 2001. - 264с.
93. Сичова О.Є. Дослідження підходів до визначення та здійснення маркетингового аудиту на підприємстві / О.Є. Сичова, А.Б. Гур'янов, А.І. Корнієнко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2010. - №29. - С. 430–342.
94. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. - К, 2006. - 312 с.
95. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. - 2-е изд., перер. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 528с.
96. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект./ А.О. Старостіна. - К.: Видав. дім "Вільямс", 1998. - 262 с.
97. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації: Підручник / За ред. А.О. Старостіної. - К.: Іван Федоров, 2008. - 400 с.
98. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / За ред. А. О. Старостіної. - К.: Знання, 2005. - 764 с.
99. Татарский Е. Л. Формирование маркетинговой стратегии промышленных предприятий / Е. Л. Татарский // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. - 2009. - № 1. - С. 68–72.
100. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук й ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. - К.: КНЕУ, 2005. - 584 с.
101. Терещенко О. О. Поняття «контролінг» та «управлінський облік» у теорії і практиці / О. О. Терещенко // Фінанси України. - 2006. - № 8. - С. 137–145.
102. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник / О.С. Телетов. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 248 с.
103. Турченко М.О. Маркетинг: Підручник / М.О. Турченко, М.Д. Швець. - К.: Знання, 2011. - 300 с.

104. Уилсон О. Аудит маркетинга / пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс клуб, 2003. – 368с.
105. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учеб. / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. - 640 с.
106. Фірсова С. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах маркетингової орієнтації / С. Фірсова, К. Литвин // Маркетинг в Україні. – 2013. – №2. – С.39-45.
107. Ханн Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга : пер. с нем./ Под ред. и предисл. А. А. Турчака, Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 490 с.
108. Шарко В.В. Моніторинг діяльності підприємств легкої промисловості як фактор інтенсивного розвитку / В.В. Шарко, І.І. Поліщук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. - 2014.-Вип.6/3-С.82-86.
109. Шубіна О.О. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади : Підручник / за ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 110 с.
110. Язвінська Н. Стратегічні орієнтири маркетингової діяльності підприємства / Н.Язвінська // Маркетинг в Україні. – 2013. – №2. – С.46-50.
111. <http://www.liga.kiev.ua> – Інформаційний бізнес портал компанії «Ліга».
112. <http://www.ua.today.net> – Новини України.
113. <http://management.com.ua> – Менеджмент і маркетинг.
114. <http://www.kmu.gov.ua> – Кабінет Міністрів України.
115. <http://e-commerce.com.ua> – Всеукраїнський центр електронної комерції.
116. <http://wikipedia.org>. – Вікіпедія – свободная энциклопедия.
117. <http://rada.gov.ua/> – Сайт Верховної Ради України.
118. <http://sun.vtei.com.ua/Moodle> – Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ.
119. <http://www.nau.kiev.ua> – Нормативні акти України.
120. <http://www.marketing.spb.ai> – Маркетинг.
121. <http://www.marketingpower.com>. – Сайт Американської асоціації маркетингу.
122. <http://www.marketland.com.ua> – Інформаційно-комерційна система «Маркетинг-термінал2000».
123. <http://www.mcta-ukraine.com/WINP/spravka/> – Загальноукраїнські та регіональні довідники і бази даних по підприємствах, товарах і виробниках.
124. <http://www.s.com.ua> – Програма підтримки малого та середнього бізнесу компанії e-Service.

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

В.М. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчальний посібник

Редактор: Фатеева Т.Д.
Комп'ютерна верстка: Білоус Т.В.

Підп. до друку 02.11.2016 р. Формат 60x84/16. Папір письм.
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 13,02.
Обл.-вид. арк. 11,35. Тираж 300. Зам. № 460

Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25