

Маркетинг от А до Я

80 концепций,
которые должен
знать каждый
менеджер

Филип Котлер



альпіна
ПАБЛІШЕР

| бізнес

УДК 339.1
К73

Переводчики Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук

Редактор М. Суханова

Котлер Ф.

К73 Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. — К.: Альпіна Паблішер, 2020. — 242 с.

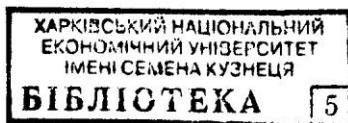
ISBN 978-617-7858-10-1

Эта книга всемирно известного специалиста в области маркетинга Филипа Котлера стала настольной для миллионов руководителей и специалистов по маркетингу. В ней в сжатой и понятной форме изложены 80 концепций эффективного маркетинга, наиболее важных для успеха компаний в современных условиях. Эта книга дает наилучшее представление как о классических инструментах маркетинга, которые прошли испытание временем, так и о новых инновационных разработках, которые стали использоваться только в последние годы.

Книга обязательна к прочтению бизнесменам, менеджерам отдела маркетинга всех уровней, а также студентам.

УДК 339.1

Всі права захищені. Жодна частина цієї книги не може бути відтворена в якій би то не було формі і якими б то не було засобами, включно з розміщенням в мережі інтернет і в корпоративних мережах, а також запис у пам'яตі ЕОМ, для приватного або публічного використання, без письмового дозволу власника авторських прав.



ISBN 978-617-7858-10-1

© Philip Kotler, 2003

© Издание на русском языке,
перевод, оформление.

ООО «Альпіна Паблішер», 2019

© ТОВ «Альпіна Паблішер», 2020

7849849

Содержание

Предисловие	9
Введение	11
Активы и ресурсы маркетинга.....	16
Аутсорсинг.....	17
Бренды	19
Возможности.....	29
Гарантии	31
Дизайн.....	33
Дифференциация.....	35
Изменения.....	39
Имидж и эмоциональный маркетинг.....	41
Инновации.....	43
Инструментарий маркетинга.....	47
Интернет и электронный бизнес	51
Информация и аналитика	55
Исполнение и контроль	59
Качество	62
Компании	63
Конкурентные преимущества	66
Конкуренты	68
Консультанты.....	70

Контрольные показатели	72
Корпоративный брендинг	75
Креативность	76
Лидерство.....	80
Лояльность.....	83
Маркетинг B2B	86
Маркетинг впечатлений	87
Маркетинг отношений	88
Маркетинг отношений и новые маркетинговые инструменты.....	90
Маркетинг по базам данных.....	92
Маркетинг при спаде	96
Маркетинговые исследования.....	99
Маркетинговые коммуникации и продвижение.....	104
Маркетинговые планы.....	106
Маркетинговые роли и навыки.....	110
Международный маркетинг.....	112
Менеджмент	117
Миссия	119
Нематериальные активы	121
Неформальные коммуникации	122
Организации	125
Ориентация на клиента.....	126
Отношения между маркетингом и другими отделами.....	129
Позиционирование.....	135
Поставщики.....	139

Потребители	140
Потребности	146
Предпринимательство	148
Прибыли	149
Прогнозы и будущее	153
Продажи	155
Продукт	158
Прямые рассылки	161
Разработка новых продуктов	163
Распределение и каналы распределения	165
Реклама	169
Розничные продавцы	178
Рынки	181
Связи с общественностью	184
Сегментация	186
Сервис	188
Сотрудники	190
Спонсорство	194
Средства массовой информации	197
Стимулирование сбыта	199
Стратегии развития	201
Стратегия	206
Телемаркетинг и контакт-центры	211
Тенденции в маркетинговом мышлении и практике	213
Технологии	215
Торговый персонал	216

Удовлетворенность клиента.....	220
Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)	222
Успехи и неудачи.....	225
Финансовый маркетинг.....	227
Фокусирование и определение ниши	229
Целевые рынки	232
Цели и задачи.....	233
Цена	235
Ценность	237
Этика маркетинга	239
Яркость	241