

**СОДЕРЖАНИЕ**

Предисловие 5

Тема 1. Содержание маркетингового процесса,

направленного на предоставление ценности клиентам 7

Кейс «Да здравствует фитнес!» 9

Кейс «АндерСон» 19

Кейс «Связь в регионы!» 23

Кейс «Компания «Тубар Трейдинг»: перспективы развития» 42

Кейс «Спасение проекта «Ladie’s» в условиях падения рынка

печатных СМИ» 48

*Рекомендуемая литература* 56

Тема 2. Анализ и управление торговым ассортиментом предприятия розничной торговли 57

Кейс «Анализ и управление торговым ассортиментом

«ОВ1 Боровское» 61

Кейс «Собственные торговые марки компании «Обувь России» 67

*Рекомендуемая литература* 71

Тема 3. Бренд-менеджмент 72

Кейс «Новый «старый» игрок на рынке молочной продукции» 76

*Рекомендуемая литература* 81

Тема 4. Омниканальный маркетинг 83

Кейс «Walmart vs Amazon» 84

*Рекомендуемая литература* 92

Тема 5. Количественные методы исследования в маркетинге 93

Мини-кейс «Анализ предпочтений посетителей

в точках питания РАНХиГС» 95

Мини-кейс «Проведение полевого эксперимента

по модернизации упаковки сливочного масла» 96

*Рекомендуемая литература* 97

Тема 6. Продвижение услуг компании посредством интернет-маркетинга 98

Кейс «Марафон продвижения для «МегаФона»: обгоняя

конкурентов» 101

Рекомендуемая литература 115

Тема 7. Международный маркетинг 116

Кейс «Как устроен бизнес но франшизе «Шоколадница» 120

Рекомендуемая литература 129

Характеристика интерактивных методов обучения и их роль в современном высшем образовании 130

Рекомендуемая литература 141

|  |
| --- |
| **Titlu:** Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы: Учеб. пособие |
| **Autor:** Под ред. Л.С. Латышевой |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** М.: Дашков и К, 2021 |
| **Cota:** 339.138, М-27 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (1 ex.) |