

Учебное пособие «Маркетинг» под авторством докторов экономических наук, профессоров, академиков РАН Антонова Г.Д., и Ивановой О.П. объемом 10 учебно-издательских листов выпущено в Кемеровском технологическом институте пищевой промышленности тиражом 1000 экземпляров и предназначено для студентов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии».

Изучение многогранной маркетинговой деятельности, изложенной в данном учебном пособии, поможет студенту овладеть реальным знанием действий в условиях рынка. В результате изучения дисциплины «Маркетинг» студенты получают представление об основных понятиях маркетинга и его современной концепции, смогут обосновывать организационное построение службы маркетинга на предприятии, научатся разрабатывать план и бюджет маркетинга, проводить маркетинговые исследования, сегментацию рынка, готовить аналитический отчет о состоянии рынка.

В данном учебном пособии подробно рассмотрены составляющие маркетинговой среды, знание структуры и участников которой является базой планирования маркетинговых действий во внешней и внутренней среде предприятия. Учебное пособие позволит научиться оценивать конкурентоспособность товара, разрабатывать марочную политику, осуществлять позиционирование товаров на рынке и управление ассортиментом.

Учебное пособие познакомит студентов с методами расчета цен и ценовыми стратегиями. Кроме того, целью написания данного учебного пособия является получение навыков разработки политики распространения и продвижения товара. Учебное пособие соответствует государственному образовательному стандарту.

Учебное пособие «Маркетинг» комплексно раскрывает суть современного маркетинга в 9 главах:

- основные понятия маркетинга (понятия, концепции маркетинга, маркетинговая среда, стратегические приоритеты маркетинга);
- процесс управления маркетингом (система и подходы к управлению маркетинговой деятельностью, построение, бюджет и план маркетинга, маркетинговый контроль);
- маркетинговые исследования (система и методы сбора маркетинговой информации, критерии и методы сегментирования, подготовка аналитического отчета, маркетинговые исследования);
- маркетинговая среда (микро и макросреда, факторы воздействия на маркетинговую среду);
- товарная политика предприятия (товар. оценка конкурентоспособности товара, марка и марочная политика, позиционирование товара и управление ассортиментом);

- ценовая политика предприятия (виды цен и особенности их применения, методы расчета цен, ценовые стратегии и скидки);

- политика распространения товаров (посредники, каналы распределения, оптовая и розничная торговля, значение дилеров и дистрибуторов, товародвижение);

- политика продвижения товаров (методы и средства стимулирования, формы краткосрочного стимулирования, виды и средства рекламы, PR и товарная пропаганда, методы персональных продаж, сетевой маркетинг);

- особенности международного маркетинга (анализ международного рынка, методы выхода на зарубежный рынок).

В конце работы приводится обширный список литературы и вопросы к экзамену для контроля полученных знаний и возможности, что очень важно в современных условиях, самостоятельной работы студентов как для освоения дисциплины «маркетинг», так и для расширения кругозора.

Отличительные черты рассматриваемого учебного пособия в том, что авторы не ограничивают внимание только на комплексе маркетинга для экономистов, а последовательно и обстоятельно охватываются важнейшие понятия и разделы маркетинга, давая возможность полноценного и в тоже время неперегруженного изучения и понимания маркетинга.

Учебное пособие насыщено наглядными материалами, содержит огромное количество рисунков, таблиц, и схем иллюстрирующих и поясняющих содержание учебно-методического издания.

Авторы также широко используют формулы и приводят практические примеры для расчета важнейших показателей деятельности предприятия и анализа использования маркетинга, что позволит читателю лучше уяснить предлагаемый теоретический материал и применить его на практике.

В целом учебное пособие «Маркетинг» является самодостаточным: при работе с ним нет нужды в использовании других источников. При написании пособия авторы стремились излагать материал одновременно на доступном и строгом экономическом языке. Учебное пособие может быть полезно также для всех лиц, занимающихся самообразованием.

ЭТНОГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И РЕГИОНАЛИЗАЦИИ МИРА

Асаул А.Н., Джаман М.А., Шуканов П.В.

*Институт проблем экономического возрождения,
Санкт-Петербург, e-mail: asaul@yandex.ru*

Под редакцией доктора экономических наук, профессора А.Н. Асаула.

Показано определяющее значение этногеографических факторов в развитии региональ-

ных и глобальных территориально-политических процессов, которые в обобщённом виде рассмотрены как глобализационные процессы.

Книга может быть полезна при определении перспективного направления развития государства, для обоснования эффективной внутренней региональной и межнациональной политики и для упрочнения связей с потенциальными и реальными союзниками с целью сохранения и укрепления суверенитета страны; в научном плане для обоснования общественно-географической сущности глобализации и промежуточной роли регионализации в процессе унификации этносферы; в применении методики определения межэтнической напряженности с целью выявления потенциальных зон (регионов) межэтнической напряженности и разработке соответствующих рекомендаций для их локализации и предотвращения межэтнических конфликтов; в осуществлении мониторинга по отдельным регионам страны и мира в целом с целью выявления и предотвращения потенциальных очагов межэтнических конфликтов, укрепления государственности и успешного противостояния пагубным воздействиям глобализации.

Издание осуществляется при поддержке Института проблем экономического возрождения и редакции журнала «Экономическое возрождение России».

Для контактов с авторами: asaul@yandex.ru, т. (812) 336-25-78.

Серия книг издается при редакции журнала «Экономическое возрождение России».

Руководитель проекта – главный редактор журнала, заслуженный деятель науки РФ, д-р экон. наук, профессор А.Н. Асаул.

Рецензенты: Омаров М.М., д-р экон. наук, профессор (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого); Шопенко Д.В., заслуженный деятель науки, д-р экон. наук, профессор (Санкт-Петербургский инженерно-технический университет).

ISBN 978-5-91460-035-5

**ОЦЕНКА СОБСТВЕННОСТИ. ОЦЕНКА
СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ
АКТИВОВ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ
(учебник)**

Асаул А.Н., Старинский В.Н., Кныш М.И.,
Старовойтов М.К.

*Институт проблем экономического возрождения,
Санкт-Петербург, e-mail: asaul@yandex.ru*

Под редакцией заслуженного деятеля науки РФ, доктора экономических наук, профессора А.Н. Асаула.

В систематизированном виде изложена системно-деятельностная концепция интеллектуальной деятельности. Раскрыта субъектно-объектная сущность инноваций; показа-

ны направления коммерциализации объектов интеллектуальной собственности; приведены правовые основы, регламентирующие право собственности на результаты интеллектуальной деятельности.

Рассматриваются классификация объектов интеллектуальной собственности, их особенности (нематериальность, полезность, уникальность, срочность, износ и др.), возможность их полноправного участия в рыночных отношениях. Методический инструментарий, обеспечивающий вовлечение продуктов интеллектуального труда в хозяйственный оборот, включает используемые на рынке виды стоимости (рыночные и нерыночные), подходы, принципы стоимости и технологию (процесс) оценки.

Учебник подготовлен в соответствии с программой обучения по дисциплине ДС.1.3. «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности». Предназначен для студентов, обучающихся по специализации 060821 «Оценка собственности», специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии отрасли (операции с недвижимым имуществом)», направлениям подготовки «Инноватика» и «Менеджмент».

Табл. 18. Ил. 9. Библиогр.: 16. назв.

Издание осуществляется при поддержке Института проблем экономического возрождения и редакции журнала «Экономическое возрождение России».

ISBN 978-5-91460-039-3

Для контактов с авторами: asaul@yandex.ru, т. (812) 336-25-78.

Серия книг издается при редакции журнала «Экономическое возрождение России».

Руководитель проекта главный редактор журнала, Заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор А.Н. Асаул.

Рецензенты: Г.А. Краюхин заслуженный деятель науки. РФ, д. э. н., профессор, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет; А.А. Румянцева заслуженный деятель науки. РФ, д.э.н., профессор, Институт проблем региональной экономики РАН.

**ОЦЕНКА СОБСТВЕННОСТИ. ОЦЕНКА
МАШИН, ОБОРУДОВАНИЯ
И ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ
(учебник)**

Асаул А.Н., Старинский В.Н., Бездудная А.Г.,
Старовойтов М.К.

*Институт проблем экономического возрождения,
Санкт-Петербург, e-mail: asaul@yandex.ru*

Под редакцией заслуженного деятеля науки РФ, доктора экономических наук, профессора А.Н. Асаула.

Подробно рассматриваются особенности развития рынка машин и оборудования; класси-