

Романова Л. В., Могилевська О. Ю. Маркетингове управління як стратегічний напрямок розвитку підприємств машинобудування: Монографія. – К. : Вид-во КиМУ, 2012. – 225 с.

У роботі досліджені теоретичні підходи до розкриття сутності понять маркетингу, маркетингового управління, маркетингової стратегії, маркетингового потенціалу підприємства. На основі узагальнення теоретико-методичних підходів обґрунтовано визначення маркетингового управління як системи, що є базовою складовою загальної системи управління підприємством. Розглядаються питання використання маркетингової інформації.

Шифр зберігання Ва 752261