



□ □ **Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : навч. посіб. / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова, В. В. Морєва, О. В. Беякова, О. Б. Балакай - К.: «Центр учбової літератури», 2013. - 352 с**
□ □ **ISBN 978-617-673-202-0**

У навчальному посібнику комплексно висвітлені загальнотеоретичні й практичні основи формування та функціонування основних засад планування маркетингу, взаємодії його складових з системоутворюючими елементами підприємства, методів свідомого впливу на економіку фірми. Особливу увагу приділено теоретико-методологічним питанням планування маркетингу як в оперативних умовах, так й в довгостроковій пролонгованій перспективі, методам і технологіям позиціонування підприємства в ринковому середовищі з притаманним йому ризиком та невизначеністю.

Навчальний посібник призначено для студентів всіх форм навчання економічних спеціальностей. Може бути корисним в практичній діяльності менеджменту всіх рівнів, осіб, відповідальних за прийняття комплексних управлінських рішень, спрямованих на забезпечення ефективної діяльності сучасних підприємств України.