



**Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И.**

**Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2011. – 720 с: ил. – (Серия «Классика МВД»).**

**ISBN 978-5-4237-0259-5**

Один из наиболее видных представителей европейской маркетинговой школы профессор Жан-Жак Ламбен предлагает учебник, занимающий особое место в современной деловой и управленческой литературе. В книге подробно анализируются содержание и взаимосвязи двух уровней маркетинга — стратегического и операционного, при этом акцент делается на практическом применении теоретических знаний. В отличие от многих аналогичных изданий детально рассматриваются такие области, как маркетинг промышленных товаров, торговый маркетинг и международный маркетинг.

Во втором издании основные темы излагаются более подробно и системно. Читателю дается полное представление о методе «решения проблемы» как лучшем способе создания ценности для покупателей; электронном маркетинге; управлении отношениями с покупателями (CRM); управлении торговой маркой; появлению новых ценностей; европейском взгляде на маркетинг, подкрепленном многочисленными примерами из практики бизнеса.

В русское издание книги включены кейсы, моделирующие конкретные проблемные ситуации, с которыми пришлось столкнуться известным зарубежным фирмам.

Данная работа ориентирована прежде всего на слушателей программ MBA, студентов старших курсов, обучающихся по управленческим специальностям, а также на профессиональных менеджеров, работающих в сфере маркетинга и стратегического управления.

Рекомендовано Советом Минобрнауки РФ по образовательной программе дополнительного профессионального образования «Мастер делового администрирования — Master of Business Administration (MBA)» в качестве учебника для слушателей, обучающихся по программам «Мастер делового администрирования».