



**Урясьева Т. И.**

**Финансовые технологии в маркетинге: Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 200 с.**

**ISBN 978-5-9558-0296-1 (Вузовский учебник)**

**ISBN 978-5-16-006506-9 (ИНФРА-М)**

В учебном пособии приведены принципы и методы принятия эффективных стратегических маркетинговых решений: обобщены и систематизированы методики обоснования маркетинговых решений на основе применения методов финансового анализа; предложен комплексный подход к оценке текущего положения предприятия на рынке и прогнозированию его изменения, что позволит руководству российских предприятий объективно оценивать свои рыночные возможности и избегать стратегических ошибок при планировании расходов на маркетинговые мероприятия. Рассмотрены показатели эффективности маркетинга, дана оценка их влияние на финансовые результаты деятельности предприятия; возможность использования концепции достижимого экономического роста в маркетинге; предложена концепция инвестиционной деятельности в маркетинге.

Для магистров, аспирантов, преподавателей дисциплин по маркетингу, стратегическому менеджменту, экономических дисциплин, практических работников, руководителей

российских компаний, специалистов по маркетингу, менеджеров любого уровня, руководителей финансовых служб.