



Жарська І. О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи. [текст] : навч. посіб. / І. О. Жарська. – Одеса: Атлант BOI COIY, 2016. – 284 с.

ISBN 978-617-7253-54-8

У навчальному посібнику розглянуто сутність, функції та завдання маркетингу на підприємстві. Охарактеризовано процес проведення маркетингових досліджень. Визначені ознаки сегментування ринків споживчих та промислових товарів. Охарактеризовано елементи комплексу маркетингу, приділено увагу показникам оцінки ефективності маркетингової діяльності.

У кожній темі пропонується комплекс тестів, ситуаційних та розрахункових завдань. Для викладачів та студентів економічних спеціальностей.