

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет маркетинга, менеджмента, предпринимательства  
Кафедра «Маркетинг»

## **ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ**

Учебное пособие

*Допущено Министерством образования  
Республики Беларусь в качестве учебного пособия  
для студентов учреждений высшего образования  
по специальности «Маркетинг»*

Минск  
«Беспрынт»  
2021

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>6</b>
<b>Глава 1</b>	
<b>Основные понятия промышленного маркетинга</b> .....	<b>8</b>
1.1 Становление и развитие маркетинга как науки.	
Понятие промышленного маркетинга .....	8
1.2 Субъекты, предмет и объекты промышленного маркетинга .....	11
1.3 Цели и задачи промышленного маркетинга .....	13
Задания для самостоятельной работы .....	14
<b>Глава 2</b>	
<b>Основные концепции, функции и принципы промышленного маркетинга</b> .....	<b>25</b>
2.1 Основные концепции промышленного маркетинга ...	25
2.2 Основные функции и принципы промышленного маркетинга .....	29
Задания для самостоятельной работы .....	34
<b>Глава 3</b>	
<b>Организация промышленного маркетинга</b> .....	<b>50</b>
3.1 Организация маркетинговой деятельности на промышленном предприятии .....	50
3.2 Организационные цели и задачи промышленного маркетинга .....	52
3.3 Организационная структура и маркетинговая служба промышленного предприятия .....	53
Задания для самостоятельной работы .....	57
<b>Глава 4</b>	
<b>Анализ рыночных возможностей промышленного предприятия</b> .....	<b>69</b>
4.1 Маркетинговая информационная система .....	69
4.2 Маркетинговые исследования в структуре маркетинговой информационной системы .....	72
4.3 Методики маркетинговых исследований и анализа маркетинговой информации .....	74
4.4 Макро- и микросреда маркетинга .....	90
4.5 Рынок маркетинговых информационных продуктов	103
Задания для самостоятельной работы .....	105

## **Глава 5**

<b>Организация промышленного маркетинга по видам деятельности .....</b>	<b>108</b>
5.1 Понятие жизненного цикла продукции и видов деятельности на промышленном предприятии .....	108
5.2 Организация промышленного маркетинга по основной производственной деятельности .....	111
5.3 Организация сервисного обслуживания на промышленных рынках .....	116
5.4 Организация промышленного маркетинга по посреднической деятельности .....	124
5.5 Виды посреднических операций и специфика их использования в промышленном маркетинге .....	130
5.6 Система маркетингового контроля и планирования на промышленном предприятии .....	136
Задания для самостоятельной работы .....	140

## **Глава 6**

<b>Маркетинговые коммуникации промышленного предприятия и выставочная деятельность .....</b>	<b>147</b>
6.1 Коммуникационная стратегия промышленного предприятия .....	147
6.2 Выставки и ярмарки как элемент системы стимулирования продаж промышленной продукции .....	162
Задания для самостоятельной работы .....	174

## **Глава 7**

<b>Современные информационные и коммуникационные технологии и системы в промышленном маркетинге .....</b>	<b>180</b>
7.1 Эволюция информационных технологий и практики их использования в промышленном маркетинге .....	180
7.2 Сетевые технологии в промышленном маркетинге ...	186
7.3 Корпоративные информационные системы в промышленном маркетинге .....	189
7.4 Перспективы развития промышленного маркетинга на базе инновационных достижений в области ИКТ .....	193
Задания для самостоятельной работы .....	201

## **Глава 8**

<b>Международный маркетинг промышленного предприятия .....</b>	<b>211</b>
8.1. Сущность международного маркетинга: особенности и проблемы развития .....	211

8.2 Интернационализация маркетинговой деятельности .....	213
8.3 Среда международного маркетинга .....	220
8.4 Международные фирмы и условия их функционирования на зарубежных рынках .....	222
8.5 Взаимоотношения промышленного предприятия в международном маркетинге .....	226
8.6 Выбор международных рынков промышленного предприятия .....	228
8.7 Формы и способы выхода на зарубежные рынки промышленного предприятия .....	228
8.8 Международные аспекты товарной политики промышленного предприятия .....	230
8.9 Ценовая политика в комплексе международного маркетинга промышленного предприятия .....	232
8.10 Особенности политики распределения в международном маркетинге промышленного предприятия ...	236
Задания для самостоятельной работы .....	239