

« , »  
( )

« , »  
( )

: 07.03.01  
07.03.03

-

( )

2022



1.	.	.....	5
2.		,	
	(	,	,
			).
2.1			.....
2.2			.....
2.3			.....
3.			.....
4.			.....
5.			
5.1			.....
5.2			.....
5.3			.....
5.4			.....
6.	-		
6.1			.....
6.2		-	.....
6.3			.....
6.4			.....
6.3			.....
7.			
7.1			.....
7.2			.....
7.3			.....
7.4			.....
8.			,
"	"		.....
9.	-		.....

# 1.

,  
,  
.  
"  
:  
,  
,  
,  
.  
:  
•  
,  
•  
,  
,  
•  
:  
.

## 2.

### 2.1.

#### 2.1.1.

#### 2.1.2.

#### 2.1.3.

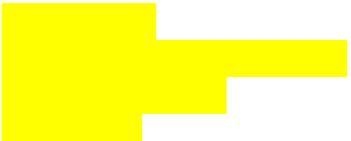
#### 2.1.4.

#### 2.1.5.

#### 2.1.6.

#### 2.1.7.



		  	
			-4
			-3, -4,
,	-6, -8	-	-6, -8



1.2.		5	2	1	2
1.3.		4	1	1	2
1.4.		5	1		4
<b>2</b>		<b>16</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
2.1.		8	2	2	4
2.2.		8	2	2	4
<b>3</b>		<b>24</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>16</b>
3.1.		7	1	2	4
3.2.	«	9	1/2		8
3.3.	».	8	1/1	3/1,5	4
<b>4</b>		<b>15</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
4.1.	-	6	2/1	2	2
4.2.	-	6		2/2	2
4.3.	-	2	1	1	
4.4.	-	3		1	2
	:	<b>72</b>	<b>15/4</b>	<b>15/3,5</b>	<b>42</b>

## 5.2

1.1.

1.2.

1.3.

1.4.

2.1.

3.1.

3.2

».

( )-2 :

3.3.

4.1.

4.2

4.3.

4.4.



5.4.

- 1.
- 2.
- 3.

1.

2.

1.

- 
- 
- 

2.

3.

6.

6.1.

			4
	“ ”,	« <a href="http://www.intellectualcapital.ru/">http://www.intellectualcapital.ru/</a> »	2
			6

	· ·	... ( )	
	· , ·		4
	·		4
	·		4
	« ».	" "	8
	, ·	" "	4
	· ,	1 .	2
	· -	1 .	2
	..	" 3 " ( )	2
			42

?

**6.2.**

- :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10

?

?

?

?



12. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
13. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
14. \_\_\_\_\_
15. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
16. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
17. \_\_\_\_\_
18. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
19. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
20. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
21. \_\_\_\_\_ (promotion), \_\_\_\_\_
22. \_\_\_\_\_
23. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
24. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
25. \_\_\_\_\_
26. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
27. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
28. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
29. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
30. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
31. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
32. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
33. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
34. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
35. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
36. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
37. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
38. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
39. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
40. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
41. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_
42. \_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_

**6.6.**

(Marketing) — \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ - ( \_\_\_\_\_ ) (MarketingMix) —  
 \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ (DatabaseMarketing) — \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ )  
 \_\_\_\_\_ (MarketingManagement) — \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) (MarketingInformationSystem (MIS) —  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

(MarketingIntelligenceSystem) —  
(MarketingResearch) —  
(MarketingOpportunity) —  
(MarketingAudit) —  
(MarketingChannel) —  
(MarketingProcess) —  
(Materials) —  
(Learning) —  
(Public) —  
(Wholesaling) —  
(OrganizationalBuying) —  
(Market-OrientedStrategicPlanning) —  
(MarketingImplementation) —  
(Positioning) —  
(CompanySalesForecast) —  
(ProductionConcept) —

(DirectMarketing) — ,

/

(Advertising) — ,

(ReferenceGroups) — , ( )

(RetailStore), (Retailer) —

{Market} —

{MarketPotential} — ,

{MarketDemand} — ,

( ) {PublicRelations} — ,

{MarketingDecisionSupportSystem {MDSS}}

{TotalCustomerValue} — ,

( ) {TotalCustomerCost} — ,

{CompanyDemand} — ,

( ) {Lifestyle} — ,

{SalesPromotion} — ;

{NegotiationStrategy} — ,

{Trend} —

{Personality} — ,

( ) {ProductMix},

{ProductAssortment} — ,

\_\_\_\_\_ {ProductConcept} — , , ,  
 \_\_\_\_\_ ,  
 (SpecialtyGoods) — \_\_\_\_\_ ,  
 ,  
 ( UnsoughtGoods) — \_\_\_\_\_ ,  
 , \_\_\_\_\_ ,  
 (ConvenienceGoods) — ,  
 ,  
 (ShoppingGoods) — ,  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 ( ) (Brand) — , , , ,  
 , \_\_\_\_\_ ,  
 (Belief) — \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 - (EnvironmentalThreats) — \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ ,  
 (Satisfaction) — , \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) ( \_\_\_\_\_ )  
 (Packaging) — \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ (TotalQualityManagement (TQM)) — \_\_\_\_\_ ,  
 ( \_\_\_\_\_ ) (Service) — \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 - \_\_\_\_\_ ,  
 ( \_\_\_\_\_ ) (Attitude) — \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ (CustomerDeliveredValue) — \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ,  
 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

7.

7.1

/	-	( )	
			-
1			

2	“ ”,		
3	.		
4	,		
5	.		
6	.		
7	« ».		
8	,		
9	,		
10	-		
11	..		

## 7.2

1. , ) ( ,
2. 100 .
- 19

- :
- :
- :
1. . . . .
  2. . . . .
  3. -

**7.3.**

( , ,...)	( )
,	,
,	,

**7.4.**

,	,
,	.
,	
,	

-	
84-100 -	

61-83 -	
45-60 -	
0-44 -	

## 8.

### 8.1

1. : / . . . - : , 2001.
2. : / . . . - : , 2005. - // . ( ).
3. . : . - : , 2001. -
4. : / . . . , 2023 - 202 . - ( ). - : . - 8 .

### 8.2

1. : . . . : ( . . . 2- . . . - , 2003. - // . ( ).
2. . . . , 2009. - 5 . . . 2- . - : .

### 8.3

1. . . . : - : - , 2002.
2. . . . : , 2008 .
3. . . . : - : , 2016.

<https://www.livelib.ru/book/1001550882-menedzhment-v-arhitekture-ocherki-istorii-stanovleniya-i-razvitiya-problemy-upravleniya-v-arhitekturnostroitelnom-dele-uchebnik-v-p-etenko>

### 8.4

- « »  
<http://www.bci-marketing.ru/am.htm>  
« - »  
<http://www.artmanager.ru/journal.html>  
« , »  
- -  
<http://bmpravo.ru/>  
" - " - " , 2001 .  
<http://www.grebennikov.ru/brand-management.phtml>  
« »  
<http://www.panor.ru/journals/innov/>  
« »  
<http://www.intellectualcapital.ru/>

## 8.5.

-www-

- ( - )—

[баз данных,](#)

-

- "

- "

-

, ( - **MicrosoftWord**

**MicrosoftOffice)**

- ( -

**MicrosoftExcel)**

- " ":", , ,

, ( : , )

**MicrosoftPowerPoint,**

-

-

- **AVP**

## 9.