



М.В.Корж

**МАРКЕТИНГ МАШИНОБУДІВНОГО
ВИРОБНИЦТВА**

УДК 339.138:621

ББК 65.050

К 66

Рецензенти:

Панков В.А.: д.е.н., голова правління ЗАТ “Новокраматорський машинобудівний завод”

Соболь С.М.: к. е. н., доцент, зав. кафедрою менеджменту Київського національного економічного університету

Кузнєцова Т.В.: к. е. н., доцент кафедри фінансів Донбаської державної машинобудівної академії

Гриф надано Міністерством освіти і науки України

Лист № 14/18.2-228 від 02.02.2006р.

Корж М.В.

К 66 Маркетинг машинобудівного виробництва. – Краматорськ:

ДДМА, 2006. – 192 с.

ISBN 966-379-080-6

У посібнику викладені основні питання курсу „Маркетинг машинобудівного виробництва”. Розглянуті проблеми підвищення ефективності промислового маркетингу. Наведені різноманітні підходи та методи в маркетингової діяльності на машинобудівному підприємстві. До кожної теми наведені питання для перевірки знань та тести.

Для студентів економічних та інженерних спеціальностей, слухачів системи післядипломної освіти і спеціалістів промислових підприємств.

УДК 339.138:621

ББК 65.050

ISBN 966-379-080-6

© М.В.Корж, 2006

© ДДМА, 2006

ЗМІСТ

Вступ	5
1 Маркетинг як сучасний напрям в економіці	7
1.1 Сутність, необхідність і основні підходи в сучасному вітчизняному маркетингу	7
1.2 Принципи класифікації маркетингу	10
Питання для перевірки знань та тесті	16
2 Маркетинг як основний напрям управлінської системи промислового підприємства	20
2.1 Сучасна система управління промисловим маркетингом	20
2.2 Методика маркетингового аналізу економічного простору	24
2.3 Планування в маркетингу на промисловому підприємстві	32
Питання для перевірки знань та тесті	41
3 Промисловий маркетинг, його особливості, сутність і необхідність	45
3.1 Відмінні риси промислового маркетингу в порівнянні зі споживчим	45
3.2 Сутність, необхідність і основні напрямки промислового маркетингу і його залучення до проблеми якості	51
Питання для перевірки знань та тести	62
4 Функціонально-вартісний аналіз у маркетингу	65
4.1 Сутність, предмет і методи функціонально-вартісного аналізу	65
4.2 Класифікація функцій функціонально-вартісного аналізу та основні підходи до нього	66
4.3 Сутність і необхідність функціонально-вартісного аналізу в маркетингу	69
Питання для перевірки знань та тести	83
5 Функціональний напрям у маркетингу	87
5.1 Функціональний маркетинг: його сутність і необхідність	87

5.2	Побудова й аналіз схеми функціонування досліджуваного устаткування	95
	Питання для перевірки знань та тести	107
6	Маркетинговий підхід до системи ціноутворення на продукцію промислового призначення	110
6.1	Особливості функціонального підходу до ціноутворення на машинобудівну продукцію	110
6.2	Метод ціноутворення порівняння питомих показників та його використання для промислової продукції	118
6.3	Розрахунок ціни шляхом аналізу граничного її рівня	122
	Питання для перевірки знань та тести	132
7	Сутність і особливості методики планування рекламної кампанії на промисловому підприємстві	137
7.1	Аналіз ринку	137
7.2	Рекламний план промислового підприємства і методика його складання	145
7.3	Математична модель ефективності реклами	153
	Питання для перевірки знань та тести	164
	Основні терміни і поняття	166
	Література	180