Просандеева Тамара Ирановна Особенности формирования спроса и стимулирования предложения на рынке агрострахования

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Просандеева Тамара Ирановна

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГА, ЕГО СПЕЦИФИКА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ

1.1. Повышение роли и значения маркетинга для развития рынка страховых услуг

1.2. Становление отечественного рынка агрострахования, особенности и перспективы маркетинговой работы в данной сфере

1.3. Институциональный подход как концептуальная основа

совершенствования маркетинга агрострахования

Глава 2. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОКУПКИ НА РЫНКЕ АГРОСТРАХОВЫХ СЕРВИСОВ

2.1. Формирование и поддержка риск-ответственного поведения как перспективная задача маркетинга агрострахования

2.2. Особенности процесса принятия решения об обязательной покупке

2.3. Механизмы согласования и координации как маркетинговые инструменты

развития институтов рынка агрострахования

Глава 3. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА АГРОСТРАХОВАНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ИНСТИТУТА ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ПОКУПКИ

3.1. Механизмы развития институтов координации рыночных процессов

3.2. Маркетинговая информационная система рынка агрострахования как

механизм трансформации его институтов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Библиографический список

Приложения