Шапран Олена Євгенівна. Діагностика комплексу маркетингу промислового підприємства. : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2008

ШапранОЄДіагностикакомплексумаркетингупромисловогопідприємства–Рукопис

Дисертаціяназдобуттянауковогоступенякандидатаекономічнихнаукзаспеціальністю–Економікатауправлінняпідприємствамипідприємствамашинобудівноїтаметалургійноїгалузей–СхідноукраїнськийнаціональнийуніверситетіменіВолодимираДаляМіністерстваосвітиінаукиУкраїниЛуганськ

ВивченоособливостімаркетинговоїдіяльностіпромисловихпідприємствВизначеночинникизовнішньоготавнутрішньогосередовищащовпливаютьнареалізаціюфункціймаркетинговоїдіяльностіРозглянутокомплексмаркетингуякосновумаркетинговоїдіяльностіпідприємстваДослідженопідходидовизначеннясутностітазавданьдіагностикийустановленодоцільністьїїзастосуваннящодокомплексумаркетингупромисловогопідприємстваПроведеногрупуваннявиявленихпідходівоцінкийдіагностикистанумаркетинговоїдіяльностіпідприємстващодовизначенняїхсутностітапередумовзастосуванняПоказанопослідовністьвизначеннярезультатівдіагностикикомплексумаркетингувдіяльностіпідприємстваЗапропонованосукупністьпоказниківздіагностикикомплексумаркетингуРозробленопроцедурудіагностуваннякомплексумаркетингунапромисловомупідприємствіВизначенодоцільністьвикористанняпроцесногопідходудоформуванняінформаційногозабезпеченнядіагностикикомплексумаркетингупромисловогопідприємстваЗапропонованопроцедурупрогнозуванняобсягуреалізаціїпродукціїзарезультатамиоцінкивпливустануелементівкомплексумаркетингуПроведеноапробаціюрозробленихпроцедурірекомендаційудіяльностіпромисловихпідприємств