

Предговор	7
------------------------	---

ПЪРВИ РАЗДЕЛ

ПАЗАРНО УПРАВЛЕНИЕ – ОСНОВНИ ТЕОРЕТИЧНИ ПОСТАНОВКИ И ПРИЛОЖНИ ВЪПРОСИ	11
--	----

Първа глава. Същност, характеристика и особености на управлението чрез маркетинг.....	13
--	----

1. Съдържание на управлението чрез маркетинг	14
2. Понятие за пазарна ориентация на бизнеса	24
3. Детерминанти на пазарното управление.....	31
Обобщение	38

Втора глава. Съвременни предпоставки за управление чрез маркетинг.....	39
---	----

1. Индустириален растеж чрез пазарна ориентация на управлението.....	40
2. Устойчиво развитие и конкурентоспособност чрез пазарно ориентирано управление.....	46
3. Проблемни полета при управлението чрез пазарна ориентация.....	57
Обобщение	60

Трета глава. Маркетингови модели при управлението чрез маркетинг.....	62
--	----

1. Същност и съдържание на моделите в управлението на бизнеса.....	63
--	----

2. Еволюционно развитие на маркетинговите модели в управлението на бизнеса.....	72
3. Съвременно предизвикателство за маркетинговия модел за управление на бизнеса.....	80
Обобщение	84

ВТОРИ РАЗДЕЛ

УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГА – ТЕОРЕТИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ И ПРАКТИЧЕСКИ ОГРАНИЧЕНИЯ	86
---	-----------

Четвърта глава. Целеви ограничения на управлението чрез маркетинг.....	88
---	-----------

1. Понятие за фирмени цели и целеви ориентири.....	89
2. Целеви ориентири на пазарното управление.....	95
3. Управленски въздействия на маркетинговото управление	99
4. Факторни ограничения на маркетинговото управление	106
Обобщение	114

Пета глава. Организация на маркетинга в практиката.....	117
--	------------

1. Понятие за организация на маркетинга	118
2. Структура на маркетинговата организация	126
3. Разпределение на задачите при организацията на маркетинга.....	137
4. Организационно приемане на управлението чрез маркетинг	146
Обобщение	150

ТРЕТИ РАЗДЕЛ

ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА МАРКЕТИНГОВОТО УПРАВЛЕНИЕ 153

Шеста глава. Приложни изисквания към лидерство на маркетинга.....155

1. Роля на маркетинговата организация
в управлението на маркетинга156
2. Изисквания към изграждане на лидерство
на маркетинга в бизнеса164
3. Изграждане на ефективен маркетингов екип170
- Обобщение179

Седма глава. Лидерство на маркетинга – практическо приложение.....182

1. Приложни особености на пазарното управление
на фирмите183
2. Ефекти от пазарното управление.....200
3. Очаквани промени в пазарното управление206
- Обобщение210

Осма глава. Лидерство на маркетинга в условията на кризисен маркетинг213

1. Понятие за кризисен маркетинг214
2. Управление на маркетинга в условия на криза –
резултати от българската практика221
- Обобщение236

Заклучение.....239

Литература245