



## ОПУБЛИКОВАН УЧЕБНИК «МАРКЕТИНГ», ПОЛУЧИВШИЙ ГРИФ МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Учебник «Маркетинг» (издание четвертое, переработанное и дополненное), подготовлен доктором экономических наук, профессором, академиком Академии экономических наук Украины, заслуженным деятелем науки и техники Украины, Лауреатом Государственной премии Украины в области науки и техники, зав. кафедрой маркетингового менеджмента Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского **Балабановой Людмилой Вениаминовной**.



Учебник подготовлен по базовой дисциплине “Маркетинг”. В его основу положен многолетний опыт автора в преподавании маркетинга студентам высших учебных заведений, слушателям заведений последиplomного образования.

Он состоит из трех частей (парадигма маркетинга, информационные и методологические основы маркетинга, маркетинговые возможности, комплекс маркетинга и управление маркетинговыми усилиями) и 11 разделов. К каждому разделу прилагаются учебные цели, резюме, контрольные вопросы, тесты для самоконтроля, ситуационные задания. В конце учебника приведен библиографический список, глоссарий, представлены предметный и именной указатели, приложения.

Учебник предназначен для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр»).

В целях овладения маркетингом учебник будет полезен для студентов различных направлений подготовки, изучающих дисциплину маркетинг; для аспирантов и преподавателей образовательных организаций высшего профессионального образования; для слушателей бизнес-школ и структур дополнительного профессионального образования; руководителям и специалистам предприятий разных форм собственности и другим, кого интересуют вопросы маркетинга.

#### **Библиографическая ссылка**

Балабанова, Л.В. Маркетинг [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Изд. 4-е, переработ. и доп. – Донецк : ДонНУЭТ, 2020. – 326 с. – (Школа маркетингового менеджмента).

---

---