**Содержание**

# Введение ………………………………………………………………………………………...4

1. Понятие, сущность и особенности развития маркетинга……………………………….…5

1.1 Процесс маркетинговых исследований …………………………………………….…..5

2. Рынок как объект маркетинга………...……………………………………………………..10

2.1 Товарный рынок ………………………………………………………………………...11

2.2 Сегментация рынка и ее основные критерии и признаки…………………………….15

2.3 Методы рыночной сегментации………………………………………………………..19

2.4 Целевой сегмент рынка предприятия………………………………………………….21

2.5 Рыночная ниша. Рыночное окно……………………………………………………….22

2.6 Позиционирование……………………………………………………………………...23

## 3. Примеры применения маркетинга………………………………………………………….25

Заключение…………………………………………………………………………………….....26

Расчеты основных экономических показателей производственной деятельности предприятия…………………………………………………………………………………….27

Список использованной литературы…………………………………………………………....32