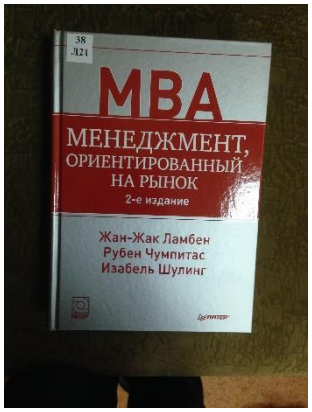
Шифр

38
Л21



Ламбен Ж.Ж.

Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. И.И. Малкова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2018. - 927 с. : ил. - (MBA классика). - Парал. тит. л. англ. - ISBN 978-5-496-02563-8.

Один из наиболее видных представителей европейской маркетинговой школы профессор Жан-Жак Ламбен предлагает учебник, занимающий особое место в современной деловой и управленческой литературе. В книге подробно анализируются содержание и взаимосвязи двух уровней маркетинга - стратегического и операционного, при этом акцент делается на практическом применении теоретических знаний. В отличие от многих аналогичных изданий детально рассматриваются такие области, как маркетинг промышленных товаров, торговый маркетинг и международный маркетинг. Во втором издании основные темы излагаются более подробно и системно. Серьезное внимание уделяется тому, чтобы дать читателю полное представление о методе "решения проблемы" как лучшем способе создания ценности для покупателей; электронном маркетинге; управлении отношениями с покупателями (CRM); управлении торговой маркой; появлении новых ценностей; европейском взгляде на маркетинг, подкрепленном многочисленными примерами из практики бизнеса.

В русское издание книги включены кейсы, моделирующие конкретные проблемные ситуации, с которыми пришлось столкнуться известным зарубежным фирмам.

Данная работа ориентирована прежде всего на слушателей программ MBA, студентов старших курсов, обучающихся по управленческим специальностям, а также на профессиональных менеджеров, работающих в сфере маркетинга и стратегического управления.

Рекомендовано Советом Минобрнауки РФ по образовательной программе дополнительного профессионального образования "Мастер делового администрирования -Master of Business Administration (MBA)" в качестве учебника для слушателей, обучающихся по программам "Мастер делового администрирования".