

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«МАРКЕТИНГ ОТ А
ДО Я»**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание
«Маркетинг от А до Я»**

«Аktion управление и финансы»

КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Маркетинг от А до Я» / Б. КнигиКратко — «Аktion управление и финансы», — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Маркетинг от А до Я». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Знаменитый Филип Котлер, ведущий мировой консультант в области маркетинга, в своей книге «Маркетинг от, А до Я» обобщил 40-летний опыт сотрудничества с крупнейшими компаниями мира и предложил современным руководителям список из 80 наиболее актуальных и полезных концепций и понятий маркетинга. Филип Котлер совершил в маркетинге поистине колумбовское открытие: он открыл маркетинг на основании неценовых принципов. До Котлера представление о конкурентных возможностях товаров сводилось преимущественно к вопросам ценообразования: конкуренция при помощи более низких цен представлялась единственно возможной. Филип Котлер показал, что же на самом деле привлекает покупателя в товаре. Так появилось современное представление о маркетинге, ориентированном на потребности и ценности потребителя. Маркетинг, по Котлеру, — это умение дать потребителю нечто действительно ценное для него. Маркетинг и сбыт — почти противоположности. Задача маркетинга заключается в преобразовании потребностей людей в возможности для получения прибыли, а не в нахождении ловких путей избавления от того, что вы произвели. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.

© Aktion управление и финансы

Филип Котлер «Маркетинг от А до Я»

Колумб мира маркетинга

Знаменитый Филип Котлер, ведущий мировой консультант в области маркетинга, в своей книге «Маркетинг от А до Я» обобщил 40-летний опыт сотрудничества с крупнейшими компаниями мира и предложил современным руководителям список из 80 наиболее актуальных и полезных концепций и понятий маркетинга. В легкой и доступной форме он представил свежие идеи, оценки и конкретные практические рекомендации, необходимые руководителям, чтобы успешно сражаться на гиперконкурентном и быстро меняющемся рынке.

Филип Котлер совершил в маркетинге поистине колумбовское открытие: он открыл *маркетинг на основании неценовых принципов*. До Котлера представление о конкурентных возможностях товаров сводилось преимущественно к вопросам ценообразования: конкуренция при помощи более низких цен представлялась единственно возможной. Филип Котлер показал, что же на самом деле привлекает покупателя в товаре. Так появилось современное представление о маркетинге, ориентированном на потребности и ценности потребителя.

Маркетинг, по Котлеру, – это умение дать потребителю нечто действительно ценное для него, помочь ему улучшить свою жизнь. Маркетинг и сбыт – почти противоположности. Маркетинг – это не искусство нахождения ловких путей избавления от того, что вы произвели. Задача маркетинга заключается в преобразовании потребностей людей в возможности для получения прибыли.

Котлер утверждает, что в современных условиях объективно возникает необходимость провести переоценку не только самого представления о маркетинге, но и многих подходов к маркетинговой деятельности, существенно скорректировать используемые механизмы. Промедление с переходом на новые концепции маркетинга часто не позволяет компаниям полнее реализовать свой потенциал, осложняет достижение успеха в условиях ужесточающейся конкуренции.

Свою книгу «Маркетинг от А до Я» знаменитый маркетинголог адресовал тем руководителям, кто стремится сделать деятельность своей компании эффективной и инновационной, кто открыт для изучения самых передовых концепций маркетинга. С некоторыми советами великого гуру вы можете ознакомиться здесь.

Биографическая справка

Филип Котлер родился 27 мая 1931 г. в Чикаго, США. В 1953 г. окончил Чикагский университет, получив звание магистра экономики. В 1956 г. защитил в Массачусетском технологическом институте докторскую диссертацию по экономике, написанную под руководством знаменитого Пола Самуэльсона. В 1962 г. Котлер перешел в Высшую школу менеджмента Келлога в качестве преподавателя маркетинга. В 1965 г. он стал адъюнкт-профессором, в 1969 г. – профессором, в 1973 г. возглавил кафедру маркетинга, а в 1988 г. получил звание почетного профессора. Котлер является автором многих книг по маркетингу и менеджменту, а также свыше 100 статей для ведущих журналов. Он единственный автор, кто трижды удостоивался ежегодной премии Alpha Kappa Psi, присваиваемой за лучшую статью для Journal of Marketing. Имеет множество званий и наград за выдающийся вклад в маркетинг.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.