

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1.1 Характеристика профессионального метеооборудования, как объекта маркетинга	5
1.2 Особенности маркетинга профессионального метеооборудования	6
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕТЕООБОРУДОВАНИЯ.....	17
2.1 Характеристика оптового предприятия.....	17
2.2 Обзор рынка сбыта в общем смысле.....	22
2.3 Анализ маркетинга оптовой фирмы.....	28
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА МЕТЕООБОРУДОВАНИЯ	34
3.1 Разработка мероприятий для антикризисного управления	34
3.2 Оценка эффективности мероприятий.....	39
3.3 Порядок внедрения мероприятий	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	47
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	49