

Содержание

Список сокращений	4
Введение	5
Раздел 1. Теоретические основы информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятий	7
1.1. Информационная составляющая маркетинговой деятельности предприятий	7
1.2. Концепции информационного обеспечения маркетинга	20
1.3. Мировая практика информационного обеспечения маркетинга	31
1.4. Информационное обеспечение маркетинга в Республике Беларусь	42
Литература к разделу 1	55
Раздел 2. Информационные ресурсы в сфере маркетинга	57
2.1. Ресурсы на бумажных носителях как источник маркетинговой информации	57
2.2. Лицензионные базы данных как источник маркетинговой информации	68
2.3. Общедоступные ресурсы Интернета как источник маркетинговой информации	83
Литература к разделу 2	97
Раздел 3. Информационно-библиотечная служба предприятия в системе информационного обеспечения маркетинга	99
3.1. Информационно-библиотечная служба предприятия: функции и задачи в рамках информационного обеспечения маркетинга	99
3.2. Формирование информационных ресурсов информационно-библиотечной службы предприятия	110
3.3. Аналитико-синтетическая переработка маркетинговой информации	120
3.4. Типология и основные характеристики информационной продукции и услуг	130
Литература к разделу 3	144
Глоссарий	146