

9.1. Рекомендации к методике выполнения поверочного теплового расчета котлоагрегата	313
9.2. Рекомендации к выполнению аэродинамического расчета котлоагрегата	353
9.3. Пример теплового расчета котлоагрегата	359

9.4. Расчет тяги и дутья в пределах котельного агрегата	411
Приложение 1	422
Приложение 2	422
Приложение 3	456
Библиографический список	483

Экономические науки

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ (учебное пособие)

Агаева А.Н., Гришкова Н.С., Ледовская М.Е.
АНО ВПО «Белгородский университет кооперации,
экономики и права», Белгород,
e-mail: antoninabel@mail.ru

Усложнение проблем хозяйствующих субъектов в сфере производства и реализации товаров и услуг вследствие стремительного расширения их ассортимента, быстрого обновления, роста производственных возможностей определило появление стратегического маркетинга как ответной реакции на эти изменения. Использование стратегического маркетинга предприятиями означает более глубокое понимание концепции суверенитета потребителя и ориентацию на создание исключительной потребительской ценности по сравнению с традиционными маркетинговыми подходами.

Стратегический маркетинг как система планирования и структура управления построен и функционирует таким образом, чтобы обеспечить выработку долгосрочной стратегии для обеспечения предприятия конкурентоспособного положения на рынке.

Изучение дисциплины «Стратегический маркетинг» позволяет сформировать профессиональные знания и навыки будущих специалистов-маркетологов, углубить знания студентов в направлении использования механизма стратегического выбора маркетинговых возможностей развития организаций и факторов, его определяющих.

Цель данного пособия – способствовать подготовке квалифицированных менеджеров, способных в современных условиях хозяйствования своевременно принимать адекватные базовые решения в области стратегического управления рынком организации и маркетингового планирования.

Пособие предназначено для направления подготовки 080200.62 «Менеджмент» (бакалавриат) и способствует совершенствованию теоретических знаний по дисциплине «Стратегический маркетинг».

Пособие соответствует требованиям ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» утвержденному приказом министерства образования и науки РФ от 20 мая 2010 года, №544.

В результате изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» студент должен:

Знать научные основы стратегического маркетинга, маркетинговые стратегии и условия их выбора, теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации.

Уметь использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, ставить и решать задачи стратегического маркетинга, находить пути решения маркетинговых проблем в стратегической перспективе.

Владеть методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единиц, навыками выбора маркетинговых стратегий в сфере ценовой, распределительной и коммуникационной политик организации.

В учебном пособии рассмотрены научные основы стратегического маркетинга, стратегии сегментации и позиционирования, стратегическое значение потребительского поведения, формирование конкурентных стратегий и их выбор, инструментальные стратегии маркетинга и возможности их использования.

УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ (учебное пособие)

Агаева А.Н., Ледовская М.Е.

АНО ВПО «Белгородский университет кооперации,
экономики и права», Белгород,
e-mail: antoninabel@mail.ru

В инфраструктуре рыночной экономики важное место занимает система профессиональных деловых услуг, среди которых центральным является управленческое консультирование. Увеличение спроса, объемов консультационной деятельности за счет расширения видов и рынков консультационных услуг это – результат признания роли управленческого консультирования в развитии теории и практики управления.

Усиление конкуренции на рынке консультационных услуг и многоаспектность задач, находящихся в компетенции консультантов приводят к тому, что все больше организаций и отдельных лиц, занимающихся управленческим консультированием, стремятся оказывать профессиональные услуги на базе стандартов, существующих в этой отрасли. Обобщение опыта консультирования по вопросам управления и организационного развития, анализ новых тенденций в его развитии, исследование специфики предостав-