

ЭКОНОМИКА

(специальность 08.00.05)

Кауль О.В., Минаев Д.В. Формирование внутриорганизационного маркетинга вертикально-интегрированных организаций (терминология и структура проблематики)

Рассматривается актуальное состояние теории и методологии формирования внутриорганизационного маркетинга в особом типе организационно-хозяйственных систем – вертикально-интегрированных организациях. Обсуждаются и уточняются понятия, обозначающие соответствующие направления маркетинга и тип хозяйствующих субъектов. Выявляются основные пути развития теоретических исследований в этой сфере. Предлагается логическая структура проблематики, а так же общая методологическая схема проектирования функционала и инструментария формирования и диагностики внутриорганизационного маркетинга вертикально-интегрированных систем.

Ключевые слова: внутриорганизационный маркетинг, вертикально-интегрированные структуры, методология управленческой диагностики, бизнес-модель.

Санкт-Петербургский государственный

инженерно-экономический университет,

Санкт-Петербург, Россия

14 января 2013 г.
