

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ВООРУЖЕНИЙ.....	7
1.1 Мировой рынок вооружений: объем и тенденции.....	7
1.2 Типология рынков вооружений.....	26
1.3 Этапы и тенденции развития зарубежной оборонной промышленности.....	31
1.4 Российский сегмент мирового рынка вооружений: этапы развития и объемы.....	57
1.5 География российского экспорта вооружений и потенциальные потребители отечественной ПВН.....	67
Китайская Народная Республика.....	69
Индия.....	81
Вьетнам.....	103
Малайзия.....	107
Индонезия.....	110
Венесуэла.....	112
Чили.....	113
Мексика.....	114
Бразилия.....	115
Иран.....	121
Сирия.....	130
Ирак.....	130
Иордания.....	130
Египет.....	131
Саудовская Аравия.....	131
Алжир.....	132
Ливия.....	134
Государства Африки.....	135
Страны Европы.....	137
Греция.....	139
Словакия.....	143
1.6 Характеристика преимуществ и анализ угроз для ВТС России.....	147
ГЛАВА 2. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАН-КОНКУРЕНТОВ.....	160
2.1 Соединенные Штаты Америки.....	161
2.2 Европейские государства.....	181
Великобритания.....	184
Франция.....	190
Германия.....	198

<i>Италия</i> .....	207
2.3. Китайская Народная Республика.....	214
2.4. Израиль.....	229
2.5. Страны СНГ.....	251
<i>Украина</i> .....	252
<i>Республика Беларусь</i> .....	255
<i>Азербайджанская Республика</i> .....	259
<i>Республика Казахстан</i> .....	261
<b>ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ВТС РФ</b> .....	266
3.1. Организация и особенности системы ВТС России.....	266
3.2. История формирования системы ВТС России.....	280
3.3. Маркетинг ПВН: особенности терминологии.....	293
3.4. Система маркетинга ВТС.....	306
3.5. Этапы маркетингового процесса в сфере ВТС.....	327
<b>ГЛАВА 4. ОСНОВЫ АКТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ЭКСПОРТА ВООРУЖЕНИЙ</b> .....	336
4.1. Понятие активного маркетинга в продвижении ПВН.....	336
4.2. Метод формирования внутреннего спроса для продвижения ПВН на экспорт.....	357
4.3. Рекламные методы.....	365
4.4. Методы финансово-экономического стимулирования.....	375
4.5. Методы формирования и использования зависимости импортера от поставщика.....	385
4.6. Методы активизации взаимодействия с субъектами маркетинга ПВН.....	397
4.7. Методы противодействия конкурентам.....	402
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	413
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b> .....	416
Приложение 1. Методика оценки мирового рынка вооружений.....	416
Приложение 2. Основные руководящие документы по маркетингу в сфере ВТС.....	419
Приложение 3. Продукция военного назначения.....	421
Принятые сокращения.....	424