

# TURINYS

PRATARMĖ.....	5
ĮVADAS .....	6
1 dalis. RINKODAROS VIETOS IR JOS SUVOKIMO YPATUMAI .....	10
1.1. Rinkodaros priemonių naudojimo prielaidos ir sąlygos.....	10
1.2. Dabartinė rinkodaros, kaip mokslo, reikšmė .....	17
2 dalis. RINKODAROS VALDYMO SISTEMOS YPATUMAI .....	35
2.1. Verslo ir rinkodaros valdymo tarpusavio integracija .....	35
2.1.1. Rinkodaros valdymas .....	35
2.1.2. Rinkodaros sistemos ir elementai .....	37
2.1.3. Rinkodaros tikslas ir uždaviniai.....	45
2.1.4. Klasikinės rinkodaros valdymo koncepcijos .....	47
2.2. Rinkodaros valdymo struktūra.....	53
2.2.1. Rinkodaros principai ir funkcijos .....	53
2.2.2. Operacijos ir procedūros .....	60
2.2.3. Rinkodaros valdymo schemas .....	61
3 dalis. APLINKA IR RINKA.....	74
3.1. Rinkodaros aplinka ir jos veikimo ypatumai .....	74
3.1.1. Rinkodaros aplinkos įvairovė.....	74
3.1.2. Rinka kaip sudėtinė rinkodaros aplinkos dalis .....	85
3.2. Rinkos infrastruktūra .....	95
4 dalis. FINANSŲ RINKA IR FINANSINIŲ SANTYKIŲ ERDVĖ.....	97
4.1. Finansų rinkos problemos.....	97
4.1.1. Rinkos vieta perskirstant finansinius išteklius .....	97
4.1.2. Finansų rinkos suvokimo ypatumai .....	99
4.1.3. Vertybinių popierių rinkų įvairovė ir klasifikavimo specifika .....	103
4.1.4. Šiuolaikinės vertybinių popierių rinkos problemos ir plėtros tendencijos .....	109
4.2. Rinkos dalyviai ir jų galimybės.....	115
4.2.1. Vertybinių popierių rinkos organizacinė struktūra .....	115
4.2.2. Vertybinių popierių rinkos dalyviai .....	118
4.3. Vertybinių popierių rinkos organizacinės funkcijos .....	148
4.4. Rinkos konjunktūra, jos tyrimas ir prognozė.....	152
5 dalis. FINANSINIAI PRODUKTAI IR PASLAUGOS.....	163
5.1. Produktų esmės apibūdinimas .....	163
5.2. Finansinės paslaugos.....	174
5.2.1. Apsisprendimo teikti ir naudotis finansinėmis paslaugomis ypatumai .....	174
5.2.2. Finansinio tarpininkavimo paslaugos .....	192
5.2.3. Elektroninės bankininkystės paslaugų suvokimo ir vertinimo ypatumai .....	212
5.2.4. Saugumo priemonių pažeidžiamumas ir kita finansiniam tarpininkavimui būdinga rizika .....	227
5.3. Investicinės paslaugos.....	246
5.4. Vertybinių popierių patrauklumas.....	256
5.4.1. Vertybinių popierių klasifikavimo bruožai ir ypatumai .....	257

5.4.2. Trumpalaikiai piniginiai dokumentai . . . . .	261
5.4.3. Ilgalaikiai vertybiniai popieriai . . . . .	268
5.5. Išvestinės finansinės priemonės . . . . .	281
5.5.1. Ateities sandoriai . . . . .	281
5.5.2. Pasirinkimo sandoriai . . . . .	290
5.6. Fondai ir jų reitingavimas . . . . .	294
5 dalies priedai . . . . .	310
<b>6 dalis. PINIGŲ SRAUTAI IR SUKURTA PRODUKTŲ PRIDĖTINĖ VERTĖ . . . . .</b>	<b>324</b>
6.1. Kainų politika ir strategijos . . . . .	324
6.2. Pinigų srautų kuriama nauda . . . . .	338
6.2.1. Skolinamųjų lėšų srautų vertinimo ypatumai . . . . .	339
6.2.2. Ilgalaikių vertybinių popierių vertė ir kaina . . . . .	349
6.3. Valiutų keitimo kursas – kainos pagrindas . . . . .	371
6 dalies priedai . . . . .	383
<b>7 dalis. RINKODAROS VERTYBĖS IR KOMUNIKACINĖ SISTEMA . . . . .</b>	<b>387</b>
7.1. Ryšiai ir verslo kultūra . . . . .	387
7.2. Ryšių su klientais valdymo specifika . . . . .	393
7.3. Įvaizdis ir reputacija . . . . .	400
7.3.1. Įvaizdžio ir jo tipų įvairovė . . . . .	400
7.3.2. Reputacijos ir jos kuriamos naudos suvokimo ypatumai . . . . .	408
7.4. Finansinių paslaugų ir priemonių rėmimas . . . . .	413
7.4.1. Ryšių su klientais naudojimo ypatumai įvaizdžiui gerinti . . . . .	413
7.4.2. Priemonės, rekomenduotinos elektroninei bankininkystei reguliuoti ir remti . . . . .	440
<b>8 dalis. FINANSŲ ORGANIZACIJŲ GALIMYBĖS REMTI DARNIĄ PLĖTRĄ . . . . .</b>	<b>445</b>
8.1. Esminės Lietuvos verslo plėtros prielaidos ir sąlygos . . . . .	445
8.2. Organizacijų gyvavimo etapų poveikis plėtrai . . . . .	450
8.3. Pagrindiniai strategijos komponentai . . . . .	452
8.4. Darnios plėtros strategijos rengimo ir įgyvendinimo ypatumai . . . . .	469
<b>DALYKINĖ RODYKLĖ . . . . .</b>	<b>490</b>
<b>PAGRINDINĖ LITERATŪRA . . . . .</b>	<b>496</b>
<b>PAPILDOMA LITERATŪRA . . . . .</b>	<b>497</b>