

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Глава 1. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности

1.1. Содержание маркетинга в системе коммерции

1.2. Развитие коммерческих связей

1.3. Инфраструктурное обеспечение маркетинга

Выводы

Контрольные вопросы, тесты, задания

Глава 2. Маркетинг в сфере товарного обращения

2.1. Сфера товарного обращения

2.2. Специфика маркетинга малого бизнеса

2.3. Услуги как основа сервисной экономики

Выводы

Контрольные вопросы, задания, тесты

Глава 3. Коммерция сферы материального производства

3.1. Маркетинг промышленного производства

3.2. Материально-техническое обеспечение промышленного производства

3.2.1. Определение потребности предприятия

3.2.2. Снабжение цехов

3.2.3. Приемка продукции

3.3. Маркетинг сбыта готовой продукции

3.3.1. Анализ сбытовой деятельности

Выводы

Контрольные вопросы, тесты, задания

Глава 4. Внутрифирменное планирование

- 4.1. Технология перспективного планирования
- 4.2. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности
- 4.3. Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков
- Выводы
- Контрольные вопросы, тесты, задания

Глава 5. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга

- 5.1. Концепция услуг аутсорсинга в коммерции
- 5.2. Организационный механизм аутсорсинга в коммерции
- 5.3. Экономическое обоснование бизнес-проекта на аутсорсинг
- 5.4. Фандрайзинг — социальная коммуникация сферы аутсорсинга
- Выводы
- Контрольные вопросы, задания, тесты

Глава 6. Организационные формы управления коммерцией

- 6.1. Система государственного регулирования коммерцией
- 6.2. Организационные структуры управления коммерцией
- 6.3. Защита прав потребителей при продаже им товаров и оказании услуг
- Выводы
- Контрольные вопросы, задания, тесты

Глава 7. Маркетинг торговли

- 7.1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли
- 7.2. Розничная торговля — активный элемент маркетинга
- 7.3. Сетевая торговля
- 7.4. Фирменная торговля — резерв эффективного сбыта готовой продукции
- Выводы

Контрольные вопросы и задания

Глава 8. Маркетинговые коммуникации в коммерции

8.1. Реклама и публичных отношений (ПР) в коммерции

8.2. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций

8.3. Организация электронной продажи

Выводы

Контрольные вопросы, задания и тесты

Глава 9. Внешнеэкономическая деятельность

9.1. Основные направления развития внешнеэкономической торговли

9.2. Международные коммерческие операции

9.3. Оценка и выбор зарубежных рынков в маркетинге в коммерции

9.4. Ценовой маркетинг в международной среде

Выводы

Контрольные вопросы, задания и тесты

Глава 10. Эффективность маркетинга в коммерции

10.1. Методика расчета ключевых показателей эффективности (КПЭ) маркетинга в коммерции

10.2. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций (ЭИК)

Выводы

Контрольные вопросы, задания и тесты

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

ЛИТЕРАТУРА