

Синяева, И. М.

Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 506 с. — Серия: Бакалавр. Базовый курс.

Оглавление

Предисловие	5
Глава 1. КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КОММЕРЦИИ	9
1.1. Рынок — объективная основа коммерческой деятельности.....	9
1.2. Маркетинг коммерции.....	28
1.3. Специфика управления маркетингом в сфере инноваций.....	39
1.4. Социальная ориентация сетевого бизнеса.....	47
<i>Выводы</i>	58
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	59
<i>Тесты</i>	60
Глава 2. СПЕЦИФИКА СФЕРЫ УСЛУГ	63
2.1. Содержание сферы услуг.....	63
2.2. Механизм управления маркетингом услуг.....	75
2.3. Услуги аутсорсинга.....	94
<i>Выводы</i>	110
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	111
<i>Тесты</i>	112
Глава 3. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ...	115
3.1. Технология планирования коммерческой деятельности.....	115
3.2. Бизнес-план — системный документ рыночной устойчивости.....	131
3.3. Оперативное планирование.....	147
3.4. План маркетинга и операционные программы.....	160
<i>Выводы</i>	175
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	177
<i>Тесты</i>	178
Глава 4. ОРГАНИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ	180
4.1. Организационный механизм материального обеспечения.....	180
4.2. Планирование снабжения, обеспечение цехов и работа с поставщиками.....	193

4.3. Электронные закупки.....	209
<i>Выводы.....</i>	221
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	223
<i>Тесты.....</i>	224
Глава 5. АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА.....	226
5.1. Порядок формирования ассортимента товаров. Структура товарного ассортимента	226
5.2. Категорийный менеджмент.....	238
5.3. Оценочные модели ассортимента (ЛВС-анализ и ХУ2-анализ продукции).....	249
<i>Выводы.....</i>	264
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	265
<i>Тесты.....</i>	266
Глава 6. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СБЫТУ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	267
6.1. Маркетинговая деятельность по сбыту готовой продукции.....	267
6.2. Ценовая политика сбыта с учетом конкурентной среды ...	287
6.3. Стимулирование сбыта в коммерции.....	310
<i>Выводы.....</i>	320
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	321
<i>Тесты.....</i>	322
Глава 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ. ...	324
7.1. Социально-экономическое содержание оптовой торговли.....	324
7.2. Мерчандайзинг.	370
7.3. Методы планирования продаж и составление трейд-маркетингового бюджета.....	389
<i>Выводы.....</i>	399
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	399
<i>Тесты.....</i>	400
Глава 8. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ.....	402
8.1. Структура, механизм и содержание розничной продажи. ...	402
8.2. Система франчайзинга и практика организации сетевых ритейлингов	415
8.3. Стимулирование сбыта и продаж как инструмент интегрированных коммуникаций.....	431
8.4. Интернет-торговля.....	456
<i>Выводы.....</i>	465
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	466
<i>Тесты.....</i>	466
Список рекомендуемой литературы.....	468
Ответы на тесты.....	470
ГЛОССАРИЙ.....	473