

Синяева И. М.

Маркетинг в коммерции: Учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под ред. Л. П. Дашкова. — 4-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2016. — 548 с.

# СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
<b>Глава 1. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности.....</b>	<b>7</b>
1.1. Содержание маркетинга в системе коммерции.....	7
1.2. Развитие коммерческих связей.....	22
1.3. Инфраструктурное обеспечение маркетинга.....	33
Выводы.....	51
Контрольные вопросы, тесты, задания.....	53
<b>Глава 2. Маркетинг в сфере товарного обращения.....</b>	<b>57</b>
2.1. Сфера товарного обращения.....	57
2.2. Специфика маркетинга малого бизнеса.....	71
2.3. Услуги как основа сервисной экономики.....	84
Выводы.....	98
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	99
<b>Глава 3. Коммерция сферы материального                                производства.....</b>	<b>104</b>
3.1. Маркетинг промышленного производства.....	104
3.2. Материально-техническое обеспечение промышленного                        производства.....	128
3.2.1. Определение потребности предприятия.....	142

3.2.2. Снабжение цехов.....	146
3.2.3. Приемка продукции.....	151
3.3. Маркетинг сбыта готовой продукции.....	155
3.3.1. Анализ сбытовой деятельности.....	165
Выводы.....	174
Контрольные вопросы, тесты, задания.....	176
<b>Глава 4. Внутрифирменное планирование.....</b>	<b>182</b>
4.1. Технология перспективного планирования.....	182
4.2. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.....	199
4.3. Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков.....	214
Выводы.....	231
Контрольные вопросы, тесты, задания.....	233
<b>Глава 5. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга.....</b>	<b>240</b>
5.1. Концепция услуг аутсорсинга в коммерции.....	240
5.2. Организационный механизм аутсорсинга в коммерции.....	261
5.3. Экономическое обоснование бизнес-проекта на аутсорсинг.....	278
5.4. Фандрайзинг — социальная коммуникация сферы аутсорсинга.....	283
Выводы.....	292
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	293
<b>Глава 6. Организационные формы управления коммерцией.....</b>	<b>297</b>
6.1. Система государственного регулирования коммерцией.....	297

6.2. Организационные структуры управления коммерцией.....	308
6.3. Защита прав потребителей при продаже им товаров и оказании услуг.....	327
Выводы.....	336
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	338
<b>Глава 7. Маркетинг торговли.....</b>	<b>343</b>
7.1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли.....	343
7.2. Розничная торговля — активный элемент маркетинга.....	355
7.3. Сетевая торговля.....	367
7.4. Фирменная торговля — резерв эффективного сбыта готовой продукции.....	377
Выводы.....	385
Контрольные вопросы и задания.....	387
<b>Глава 8. Маркетинговые коммуникации в коммерции.....</b>	<b>392</b>
8.1. Реклама и паблик рилейшнз (ПР) в коммерции.....	392
8.2. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций.....	402
8.3. Организация электронной продажи.....	416
Выводы.....	427
Контрольные вопросы, задания и тесты.....	428
<b>Глава 9. Внешнеэкономическая деятельность.....</b>	<b>433</b>
9.1. Основные направления развития внешнеэкономической торговли.....	433
9.2. Международные коммерческие операции.....	444

9.3. Оценка и выбор зарубежных рынков в маркетинге в коммерции.....	458
9.4. Ценовой маркетинг в международной среде.....	469
Выводы.....	481
Контрольные вопросы, задания и тесты.....	483
Глава 10. Эффективность маркетинга в коммерции.....	486
10.1. Методика расчета ключевых показателей эффективности (КПЭ) маркетинга в коммерции.....	486
10.2. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций (ЭИК).....	493
Выводы.....	501
Контрольные вопросы, задания и тесты.....	502
СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ.....	505
ЛИТЕРАТУРА.....	540