

**Чернышева, А. М.**

Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 433 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

## Оглавление

Предисловие.....	7
<b>Раздел 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО РЫНКА</b>	
<b>Глава 1. Сущность промышленного маркетинга.....</b>	<b>11</b>
1.1. Подходы к разделению маркетинга.....	11
1.2. Принципиальные отличия промышленного рынка от потребительского.....	13
1.3. Объект и предмет промышленного маркетинга.....	17
1.4. Структура промышленного рынка.....	18
1.5. Принципы и особенности промышленного маркетинга.....	21
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>24</i>
<b>Глава 2. Типология продукции промышленно-технического назначения.....</b>	<b>26</b>
2.1. Понятие и типология продукции промышленно-технического назначения.....	26
2.2. Капитальное и дополнительное оборудование: понятие и особенности маркетинга.....	29
2.3. Сырье, полуфабрикаты и готовые изделия: характеристика и особенности маркетинга.....	31
2.4. Вспомогательное оборудование и материалы.....	35
2.5. Услуги производственного назначения: понятие, типология и особенности маркетинга.....	36
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>41</i>
<b>Глава 3. Промышленные рынки.....</b>	<b>45</b>
3.1. Типы участников промышленного рынка. Особенности участников промышленного рынка.....	45
3.2. Характеристики спроса на промышленном рынке.....	54
3.3. Стадии развития отношений на промышленном рынке.....	57
3.4. Аспекты дистанции между партнерами.....	63
3.5. Формы кооперации. Типы конкурентных рынков.....	64
3.6. Кооперация крупных и малых предприятий в Российской Федерации.....	68
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>74</i>
<b>Глава 4. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке....</b>	<b>77</b>
4.1. Последовательность деятельности в подборе персонала на промышленном рынке. Рейтинг личностных факторов.....	77
4.2. Специализация маркетинговой службы.....	82

4.3. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке.....	87
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>89</i>
<b>Кейсы к разделу 1. «Характеристика особенностей промышленного рынка».....</b>	<b>93</b>
<b>Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ</b>	
<b>Глава 5. Товарная политика на промышленном рынке . . . . .</b>	<b>103</b>
5.1. Основные вопросы товарной политики и товарный ассортимент.....	103
5.2. Факторы, определяющие ассортимент продукции и предпосылки расширения товарного ассортимента.....	110
5.3. Этапы планирования товарного ассортимента.....	114
5.4. Матрица БКГ как инструмент управления товарным ассортиментом компании. . . . .	115
5.5. Элементы доверия к торговой марке.....	120
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>121</i>
<b>Глава 6. Портфолио-анализ на промышленном рынке . . . . .</b>	<b>125</b>
6.1. Алгоритм построения партфолио-анализа.....	125
6.2. Матрица портфолио-анализа. Диагностические зоны.....	130
<i>Вопросы и задания для самопроверки. . . . .</i>	<i>134</i>
<b>Глава 7. ABC-анализ на промышленном рынке.....</b>	<b>137</b>
7.1. Сущность ЛВС-анализа.....	137
7.2. Алгоритм построения ЛВС-анализа на промышленном рынке.....	141
7.3. Интерпретация результатов ЛВС-анализа. Изучение состава групп по регионам.....	144
7.4. Анализ причин ухода клиентов и влияния факторов предпочтений внутри групп ЛВС-анализа.....	146
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>149</i>
<b>Глава 8. Формирование цены на промышленном рынке . . . . .</b>	<b>153</b>
8.1. Эффективные модели ценообразования на промышленном рынке.....	153
8.2. Схема ценообразования на промышленном рынке и классификация цен.....	157
8.3. Структура цены, с точки зрения производителя.....	160
8.4. Процесс разработки ценовой политики.....	163
8.5. Виды ценовых стратегий предприятия.....	167
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>170</i>
<b>Глава 9. Маркетинговое планирование на промышленном рынке . . . . .</b>	<b>175</b>
9.1. Маркетинговое планирование на предприятии и план маркетинга продукта.....	175
9.2. Типичные ошибки производственной компании в процессе маркетингового планирования.....	177
9.3. Основные составляющие плана маркетинга производственного предприятия.....	180
<i>Вопросы и упражнения для самопроверки.....</i>	<i>190</i>

Кейсы к разделу 2 «Формирование и анализ товарной политики на промышленном рынке».....	194
--	-----

### **Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА ПОКУПКИ И СБЫТА НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ**

<b>Глава 10. Процесс покупки в промышленной среде.....</b>	<b>203</b>
10.1. Факторы выбора поставщика и мотивы покупки.....	203
10.2. Организация поставок и характер их осуществления.....	206
10.3. Процесс принятия решения о закупке. Закупочный центр. Взаимодействие и значимость ролей.....	214
10.4. Возможные ситуации закупки. Тактика поставщика.....	221
10.5. Основные способы закупки на промышленном рынке. Факторы, формирующие покупательское поведение.....	223
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>227</i>
<b>Глава 11. Сегментирование на промышленном рынке.....</b>	<b>231</b>
11.1. Особенности сегментации и основные подходы к выявлению рыночных ниш компании на B2B-рынке.....	231
11.2. Основные критерии и признаки сегментации, применяемые компаниями-производителями на деловом рынке.....	234
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>241</i>
<b>Глава 12. Организация системы сбыта на промышленных рынках. . . .</b>	<b>244</b>
12.1. Характеристика основных методов сбыта на B2B-рынке.....	244
12.2. Основные посредники на B2B-рынке и их характеристика.....	250
12.3. Особенности организации сбыта сырьевых товаров.....	255
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>258</i>
<b>Глава 13. Управление каналами сбыта на промышленных рынках. . . .</b>	<b>262</b>
13.1. Организация каналов сбыта и управление их деятельностью.....	262
13.2. Особенности личной продажи на B2B-рынке.....	267
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>270</i>
<b>Глава 14. Региональная маркетинговая политика на промышленном рынке.....</b>	<b>274</b>
14.1. Принципы критериев выбора и ключевые параметры региональной политики.....	274
14.2. Матрица «доля рынка — уровень прибыльности — объем продаж».....	279
14.3. Формы присутствия в регионах.....	281
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>292</i>
Кейсы к разделу 3 «Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном рынке».....	295

### **Раздел 4. ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ**

<b>Глава 15. Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.....</b>	<b>305</b>
15.1. Сущность и особенности стратегических маркетинговых коммуникаций компании на B2B-рынке.....	305

15.2. Основные средства стратегических маркетинговых коммуникаций и их специфика на деловом рынке.....	307
15.3. Алгоритм формирования и реализации программы построения стратегических коммуникаций компании на промышленном рынке.....	318
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>321</i>
<b>Глава 16. Проведение пресс-конференций на промышленном рынке. . . .</b>	<b>324</b>
16.1. Пресс-конференция: сущность, задачи и этапы ее организации.....	324
16.2. Основные правила проведения пресс-конференций.....	328
16.3. Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции.....	332
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>335</i>
<b>Глава 17. Событийный маркетинг на промышленном рынке. . . . .</b>	<b>340</b>
17.1. Характеристика и основные этапы организации событийного маркетинга.....	340
17.2. Этапы событийного маркетинга. . . . .	346
17.3. Отличие событийного маркетинга на рынках <i>B2B</i> и <i>B2C</i> .....	352
<i>Вопросы и задания для самопроверки.....</i>	<i>354</i>
<b>Глава 18. Выставки на промышленном рынке. . . . .</b>	<b>357</b>
18.1. Цели и выбор выставки.....	357
18.2. Виды выставок.....	363
18.3. План участия в выставках.....	367
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>378</i>
<b>Кейсы к разделу 4 «Политика продвижения на промышленном рынке».....</b>	<b>381</b>
<b>Тестовые вопросы для самоконтроля. . . . .</b>	<b>388</b>
<b>Ответы на тестовые вопросы для самоконтроля. . . . .</b>	<b>394</b>
<b>Темы рефератов и докладов. . . . .</b>	<b>395</b>
<b>Глоссарий.....</b>	<b>397</b>
<b>Рекомендуемая литература.....</b>	<b>402</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>403</b>