

УДК 339.13
ББК 65.5
С38

Авторы:

И. М. Синяева — доктор экономических наук, профессор;
С. В. Земляк — доктор экономических наук, доцент;
В. В. Синяев — доктор экономических наук.

Синяева И. М.

С38 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°», 2014. — 548 с.

ISBN 978-5-394-02388-0

Учебник представляет собой развернутый курс по дисциплине “Маркетинг в коммерции”. В нем в логической последовательности представлены направления влияния инструментов маркетинга на эффективность коммерции. Раскрывается содержание и специфика маркетинга коммерческой системы в организациях сферы товарного обращения и промышленного производства.

Уделяется внимание организационным формам управления коммерцией, технологиям маркетинговых коммуникаций и их применению на практике. Раскрывается содержание аутсорсинга, его концепция и организационный механизм использования в коммерции. Даны комплексные оценки эффективности инструментов аутсорсинга, сервисных услуг, социально-деловой активности фирм и компаний.

Для студентов, аспирантов, специалистов-маркетологов, практиков предпринимателей, а также всех интересующихся возможностями маркетинга в организации коммерческой деятельности.

УДК 339.13
ББК 65.5

ISBN 978-5-394-02388-0

© Синяева И. М., Земляк С. В.,
 Синяев В. В., 2008

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
-------------------------	----------

Глава 1. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности.....	7
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

Глава 2. Маркетинг в сфере товарного обращения.....	57
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

Глава 3. Коммерция сферы материального производства	104
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
Глава 4. Внутрифирменное планирование	182
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
Глава 5. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга	240
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
Глава 6. Организационные формы управления коммерцией.....	297
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

Глава 7. Маркетинг торговли343

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

Глава 8. Маркетинговые коммуникации в коммерции392

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

Глава 9. Внешнеэкономическая деятельность433

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