

Федеральное государственное образовательное  
бюджетное учреждение высшего образования  
«Финансовый университет  
при Правительстве Российской Федерации»

**И. М. Синяева, С. В. Земляк,  
В. В. Синяев**

# **Маркетинг в предпринимательской деятельности**

*Учебник*

6-е издание, стереотипное

Под редакцией профессора Л. П. Дашкова

*Рекомендовано ГОУ ВПО  
«Государственный университет управления»  
в качестве учебника для студентов  
экономических вузов, обучающихся  
по направлению «Экономика»*

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГАУ «Федеральный институт развития образования»  
Регистрационный номер рецензии 377 от 31.10.2008 г.

Москва  
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
2019

УДК 339  
ББК 65.5  
С38

**Рецензенты:**

*М. Э. Сейфулаева* — доктор экономических наук, профессор;  
*Е. Д. Щетинина* — доктор экономических наук, профессор.

**Синяева И. М.**

**С38**

Маркетинг в предпринимательской деятельности: Учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под ред. проф. Л. П. Дашкова. — 6-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 266 с.

ISBN 978-5-394-03160-1

В учебнике рассматривается широкий круг аспектов маркетинга в организации предпринимательской деятельности, сформулированы теоретические, методологические и практические вопросы рыночного участия предпринимателей с учетом инструментов маркетинга.

Для студентов бакалавриата экономических вузов, профессиональных маркетологов, менеджеров и для специалистов сферы предпринимательства.

---

Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.HO5316

Подписано в печать 10.09.2018. Формат 60×84 1/16.  
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 16,75.  
Тираж 100 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732  
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23  
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;  
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-03160-1

© И. М. Синяева, С. В. Земляк,  
В. В. Синяев, 2007

# Содержание

---

<b>Предисловие</b> .....	6
<b>Глава 1. МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ СОВРЕМЕННОГО МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> .....	8
1.1. Содержание сферы малого бизнеса .....	8
1.2. Современная классификация услуг сферы малого бизнеса в условиях сервисной экономики .....	19
1.3. Концепция, принципы и функции маркетинга. ....	27
<i>Вопросы и задания</i> .....	31
<i>Тесты для самоконтроля</i> .....	31
<b>Глава 2. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА И ЕЕ СТРУКТУРА</b> .....	33
2.1. Макро- и микросреда маркетинга сферы малого бизнеса. ....	33
2.2. Инфраструктурное обеспечение сферы малого бизнеса .....	41
2.3. Государственная поддержка малого предпринимательства. ....	54
<i>Вопросы и задания</i> .....	66
<i>Тесты для самоконтроля</i> .....	67
<b>Глава 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ДЛЯ МАЛОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</b> .....	69
3.1. Товар, товарная политика .....	69
3.2. Система распределения и товародвижение .....	75
3.3. Механизм формирования цены .....	81
3.4. Коммуникационная модель маркетинга .....	90
<i>Вопросы и задания</i> .....	96
<i>Тесты для самоконтроля</i> .....	97

<b>Глава 4. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ.....</b>	<b>99</b>
4.1. Технология перспективного планирования.....	99
4.2. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.....	117
4.3. Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков.....	132
<i>Вопросы и задания.....</i>	<i>154</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>155</i>
<b>Глава 5. СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОТРАСЛЯХ СФЕРЫ МАЛОГО БИЗНЕСА .....</b>	<b>157</b>
5.1. Маркетинг в сфере товарного обращения.....	157
5.2. Маркетинг в строительстве .....	164
5.3. Концепции маркетинга услуг. Маркетинговые стратегии в сфере услуг.....	167
<i>Вопросы и задания.....</i>	<i>177</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>178</i>
<b>Глава 6. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....</b>	<b>180</b>
6.1. Основные направления развития внешнеэкономической предпринимательской деятельности .....	180
6.2. Международные коммерческие операции .....	191
6.3. Оценка и выбор зарубежных рынков в международном маркетинге .....	206
<i>Вопросы и задания.....</i>	<i>216</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>217</i>
<b>Глава 7. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ ОРГАНИЗАЦИИ .....</b>	<b>220</b>
7.1. Концептуальная модель управления маркетингом малого бизнеса .....	220
7.2. Принятие управленческих маркетинговых решений (УМР) ...	231
7.3. Построение службы маркетинга в сфере малого бизнеса .....	235
<i>Вопросы и задания.....</i>	<i>238</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>239</i>

<b>Глава 8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....</b>	<b>241</b>
8.1. Механизм оценки коммерческо-социальной активности организации .....	241
8.2. Методика расчета ключевых показателей эффективности (КПЭ) маркетинга в коммерции.....	248
8.3. Контроль в маркетинге .....	256
<i>Вопросы и задания</i> .....	262
<i>Тесты для самоконтроля</i> .....	263
<b>Литература .....</b>	<b>265</b>