

УДК 339.13
ББК 65.5
С38

Авторы:

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

Синяева, Инга Михайловна.

С38

Маркетинг в коммерции : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. — 6-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 134 с.

ISBN 978-5-394-04449-6.

В учебнике раскрываются сущность и содержание маркетинга в коммерческой деятельности, характеризуются концептуальные модели и типы организационных структур управления маркетингом в коммерции, показываются особенности разработки маркетинговых стратегий в коммерции. Специальный раздел посвящен вопросам планирования маркетинга в коммерческих организациях, в котором детально рассмотрены технологии стратегического и оперативного внутрифирменного планирования, а также разработки бизнес-плана. В заключительном разделе раскрывается методика расчета ключевых показателей эффективности маркетинга в коммерции.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» и «Менеджмент», а также практических работников в целях эффективного использования инструментов маркетинга в коммерческой деятельности.

ISBN 978-5-394-04449-6

© Синяева И. М., Земляк С. В.,
 Синяев В. В., 2020
 © ООО «ИТК «Дашков и К°», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1. КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА	
В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	7
1.1. Сущность маркетинга в коммерции.....	7
1.2. Содержание маркетинговой деятельности в сфере товарного обращения	14
1.3. Маркетинг в сфере аутсорсинга.....	21
<i>Контрольные вопросы</i>	<i>26</i>
<i>Тесты для самоконтроля</i>	<i>26</i>
Глава 2. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО	
ПРОИЗВОДСТВА.....	28
2.1. Маркетинг промышленного производства.....	28
2.2. Маркетинг материально-технического обеспечения промышленного производства.....	44
2.3. Маркетинг сбыта готовой продукции	50
<i>Контрольные вопросы</i>	<i>52</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>52</i>
Глава 3. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ.....	54
3.1. Маркетинг в оптовой торговле	54
3.2. Маркетинг в розничной торговле.....	57
<i>Контрольные вопросы</i>	<i>62</i>
<i>Тесты для самоконтроля.....</i>	<i>62</i>
Глава 4. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ	
УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В КОММЕРЦИИ.....	63
4.1. Концептуальные модели управления маркетингом.....	63

4.2. Типы организационных структур управления маркетингом	71
<i>Контрольные вопросы</i>	79
<i>Тесты для самоконтроля</i>	79
Глава 5. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В КОММЕРЦИИ	81
5.1. Корпоративные и функциональные стратегии маркетинга	81
5.2. Стратегии маркетинга на операционном уровне	92
<i>Контрольные вопросы</i>	99
<i>Тесты для самопроверки</i>	100
Глава 6. ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЦИИ	102
6.1. Сущность и механизм планирования маркетинга в коммерции	102
6.2. Технология стратегического внутрифирменного планирования	105
6.3. Технология оперативного внутрифирменного планирования	109
6.4. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности	111
<i>Контрольные вопросы</i>	121
<i>Тесты для самоконтроля</i>	121
Глава 7. МЕТОДИКА РАСЧЕТА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЦИИ	123
<i>Контрольные вопросы</i>	129
<i>Тесты для самоконтроля</i>	129
ЛИТЕРАТУРА	131