

УДК 339.138(470+571)(075.8)
ББК 65.9(2Рос)09-2я73-1
С38

Рецензенты:

кафедра маркетинга Евразийского открытого института
(д-р экон. наук, проф. Г.А. Васильев);
д-р экон. наук, проф., член-корреспондент РАЕН *В.И. Павлов*

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Синяева, Инга Михайловна.

С38 Маркетинг в малом бизнесе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 287 с.

И. Земляк, Светлана Васильевна.

II. Синяев, Василий Владимирович.

ISBN 5-238-01107-5

Агентство СІР РГБ

Рассматривается широкий круг вопросов маркетинга малого бизнеса: теоретические, методологические и практические аспекты рыночного участия представителей малого бизнеса.

Пособие знакомит с современными формами, методами, технологиями маркетинга по выбору целевого рынка, оценке конкурентоспособности малой организации, формированию спроса и стимулированию сбыта и пр.

Толковый словарь терминов, контрольные вопросы и тестовые задания, ситуационные задачи будут способствовать закреплению профессиональных навыков будущих маркетологов.

Для студентов экономических специальностей вузов, маркетологов, менеджеров и других специалистов службы маркетинга.

ББК 65.9(2Рос)09-2я73-1

ISBN 5-238-01107-5

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2006

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

Оглавление

Предисловие	3
Глава 1. МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ СОВРЕМЕННОГО МАЛОГО БИЗНЕСА	7
1.1. Содержание сферы малого бизнеса	7
1.2. Классификация услуг сферы малого бизнеса в условиях сервисной экономики	14
1.3. Концепции, принципы и функции маркетинга	19
<i>Вопросы и задания</i>	22
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	23
<i>Тесты для самоконтроля</i>	30
Глава 2. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА И ЕЕ СТРУКТУРА	32
2.1. Макро- и микросреда маркетинга сферы малого бизнеса	32
2.2. Инфраструктурное обеспечение сферы малого бизнеса	38
2.3. Государственная поддержка малого предпринимательства	48
<i>Вопросы и задания</i>	57
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	58
<i>Тесты для самоконтроля</i>	67
Глава 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ДЛЯ МАЛОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	72
3.1. Товар, товарная политика	72
3.2. Система распределения и товародвижение	77
3.3. Механизм формирования цены	81
3.4. Коммуникационная модель маркетинга	87
<i>Вопросы и задания</i>	92
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	94
<i>Тесты для самоконтроля</i>	98
Глава 4. СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ	100
4.1. Конкурентные стратегии хозяйственного портфеля	100
	285

4.2. Конкурентные стратегии на функциональном уровне	110
4.3. Оценка конкурентоспособности товара (услуги)	116
<i>Вопросы и задания</i>	120
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	121
<i>Тесты для самоконтроля</i>	127
Глава 5. ФОРМЫ АКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ (УСЛУГ)	131
5.1. Реклама как инструмент эффективного участия в целевом сегменте	131
5.2. Паблик рилейшнз и имидж малой организации	137
5.3. Стимулирование сбыта — резерв продвижения товара	143
5.4. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций	154
<i>Вопросы и задания</i>	159
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	160
<i>Тесты для самоконтроля</i>	165
Глава 6. СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОТРАСЛЯХ СФЕРЫ МАЛОГО БИЗНЕСА	170
6.1. Маркетинг в сфере товарного обращения	170
6.2. Маркетинг в строительстве	175
6.3. Концепции маркетинга услуг. Маркетинговые стратегии в сфере услуг	178
6.4. Аутсорсинг сетевой кооперации	186
<i>Вопросы и задания</i>	197
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	200
<i>Тесты для самоконтроля</i>	207
Глава 7. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА	211
7.1. Концептуальная модель управления маркетингом малого бизнеса	211
7.2. Принятие управленческих маркетинговых решений (УМР)	219
7.3. Построение службы маркетинга в сфере малого бизнеса	223
<i>Вопросы и задания</i>	225

<i>Ситуационные и практические задачи</i>	226
<i>Тесты для самоконтроля</i>	231
Глава 8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА	236
8.1. Принципы эффективности управления маркетингом	236
8.2. Показатели качества маркетинга	239
8.3. Контроль в маркетинге	246
<i>Вопросы и задания</i>	251
<i>Ситуационные и практические задачи</i>	252
<i>Тесты для самоконтроля</i>	263
Словарь терминов	266
Библиографический список	283