

**VIII International Scientific and Practical Conference «DEVELOPMENT OF MODERN  
ECONOMY AND MANAGEMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS»  
Models and mechanisms for the development of the Russian Federation economy under  
sanction restrictions**

---

DOI: 10.18522/1997-2377-2022-126-5-35-38

UDC: 339.138

**Current marketing practices in small and medium-sized businesses**

**I. Arenkov, V. Simonchuk**

*It is considered the relevant topic — marketing at small and medium-sized enterprises. The main problems are analyzed that face SMEs in the implementation of marketing activities. The case-study method has been used to analyze marketing activities using the example of the company Lis Engineering Solutions. The analysis made it possible to identify the main trends in marketing and give appropriate recommendations for the development of marketing activities.*

**Keywords:** *marketing, small and medium enterprises, marketing tools, marketing practices, marketing activities*

References

1. Аренков И.А. Маркетинговое управление компанией: клиентоориентированные бизнес-модели и цифровые технологии // Проблемы современной экономики. 2015. № 1. С. 161-162.
2. Ветрова Т.В. Современные маркетинговые практики: первоначальный сравнительный анализ исследований в развитых и развивающихся странах // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. Вып. 3. С. 89-96.
3. Крюкова А.А., Логуа Р.А. Анализ методических подходов, методов и моделей клиентоориентированного управления // Основы ЭУП. 2018. № 3 (3). С. 70-74.
4. Пелс Ж., Леврини Г., Кидд Г. Современные маркетинговые практики в Латинской Америке: Пример Аргентины и Бразилии // Российский журнал менеджмента в Бразилии. 2015. Т. 13. № 1. С. 27-42.
5. Ребязина В.А., Давий А.О. Маркетинговые практики: теоретические подходы к определению и понимание представителями российских компаний // Вестник Московского университета. Экономика. Серия 6. 2014. С. 25-33.
6. Третьяк О.А., Ребязина В.А., Ветрова Т.В. Современные маркетинговые практики в России: результаты эмпирического исследования // Российский журнал менеджмента. 2015. Т. 13. № 1. С. 3-26.
7. Халиков Г.В. Предпринимательский маркетинг: перспективные направления исследований // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2018. Вып. 2 (110). С. 162-168.
8. Coviello N.E. et al. How firms relate to their markets: An empirical examination of contemporary marketing practices // Journal of Marketing. 2002. № 66 (3). С. 33-46.

***Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия***

---