

**VIII Международная научно-практическая конференция «РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»
МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В
УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

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

УДК: 339.138

АКТУАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРАКТИКИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

И.А. Аренков, В.Д. Симончук

Рассмотрена актуальная тема — маркетинг на предприятиях малого и среднего бизнеса. Проанализированы основные проблемы, с которыми встречаются малые и средние предприятия (МСП) при реализации маркетинговых активностей. Использован метод кейс-стади для анализа маркетинговых активностей на примере компании среднего бизнеса «ЛИИС Инженерные решения». Анализ позволил выявить основные тренды в маркетинге и дать соответствующие рекомендации по развитию маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, малые и средние предприятия, маркетинговые инструменты, маркетинговые практики, маркетинговые активности

Литература

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