

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Маркетингова діяльність як основа функціонування підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних кризових умовах	
1.1. Актуальні проблеми функціонування підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних кризових умовах.....	6
1.2. Маркетингові стратегії підтримки та розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних кризових умовах.....	13
1.3. Маркетингова інформація в структурі маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу.....	24
Розділ 2. Активізація маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних кризових умовах	33
1.2. Дослідження сучасного стану організації маркетингової діяльності на підприємстві малого та середнього бізнесу ФОП «Переяслов».....	33
2.2. Дієві технології та інструменти активізації маркетингової діяльності на підприємстві малого та середнього бізнесу ФОП «Переяслов» в сучасних кризових умовах.....	51
2.3. Практичні рекомендації щодо активізації маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних кризових умовах.....	46
Висновки.....	63
Список використаних джерел.....	65