

Маркетинг в России и за рубежом

2013

№ 5

ун. № 339551

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Романова И.М., Троценко А.Н. Классификация и характеристика факторов, влияющих на формирование конъюнктуры рынка 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Голубкова Е.Н. Управление удержанием потребителей 10

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ракова О.В., Бэк Чихи, Ким Ынджон, Пак Чейон Другая страна – другое восприятие? Сравнение характеристик личности торговой среды России, США и Китая 26

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Плещенко В.И. Деловая репутация как фактор повышения эффективности логистической системы промышленного предприятия 39

Шкляр Т.Л. Реклама через призму трех венских школ 45

Мушкетова Н.С., Камнева Е.О. Противоречия развития рынка купонов на скидку в сети Интернет 49

Белякова Н.А., Галигузова Е.В. Роль выставки в продвижении компании 55

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Бондаренко В.А., Гузенко Н.В. Актуализация бенчмаркинга грузовых операторов на рынке железнодорожных перевозок в России 58

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Дубова Ю.И. Конкурентоспособность региона 68

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Руднев Е.А. Влияние фактора национальной культуры на уровень обслуживания российских авиакомпаний 73

Баумгартен Л.В. Сущность, специфика, принципы, функции, цели и задачи маркетинга гостиничных услуг 81

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Чему дизайн может научить маркетологов 91

Почему для компаний объемы продаж важнее цены продукта 96

Десять факторов, определяющих судьбу бренда вне зависимости от его категории 101

ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ

Козинцев И.А. Конкретная ситуация: история успеха интернет-магазина Zappos.com 105

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Боглаева Е.В. SPN Ogilvy победило в Национальном рейтинге коммуникационных компаний 111

Шанина Е.О. Развитие качественной торговли в регионах тормозит привычка 113

Белькевич Л.Ю. Состояние рынка торговых комплексов 115

Качество российских брендов улучшается 117

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Книги по маркетингу, выпущенные в первом полугодии 2013 г. 120

Садченко К.В. Основы современного международного маркетинга 126

Маркетинг в России и за рубежом

2013

№ 4

ун. № 333350

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Шадрин В.Г., Гнеушев А.В. Применение метода SERVQUAL для анализа и совершенствования сервисной политики (на примере ОАО «Ростелеком», г. Кемерово) 3

Зими́на Т.В., Меркушин А.В. Диверсификация как основа долгосрочного устойчивого развития 18

КАНАЛЫ СБЫТА

Никулина Т.А. Розничные торговые сети на рынке бытовой техники г. Владивостока 23

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Бения М.И. Продающие слоганы 32

Пашутин С.Б. О некоторых современных методах продвижения товаров 38

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Салахутдинов В.Н. Достижение конкурентных преимуществ с помощью управления расходами на деловые путешествия 54

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Пыхтина И.Н., Клинова Д.В. Тенденции развития маркетинговых коммуникаций российских онлайн-площадок 62

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Голубкова Е.Н., Сидорчук Р.Р. Маркетинг территорий: стратегия развития малого бизнеса 69

Грошев И.В., Степанычева Е.В. Факторы, влияющие на формирование бренда города 83

Важенина И.С. Брендинг территории: проблемы и противоречия 96

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Налчаджи Т.А., Безрокова З.О. Формирование маркетинговой стратегии продвижения санаторно-курортных услуг 104

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Большаков Н.М., Жиделева В.В. Маркетинговая оценка совокупного инновационного образовательного продукта в условиях кластера 109

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Ботнарюк М.В. Оценка эффективности маркетинговой деятельности экспедиторской компании в контексте теории трансакционных издержек 119

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Федяков И.В. По итогам I квартала ритейлеры установили новый рекорд 126

Бурми́стров М.Б. В 2013 г. рынок гипермаркетов ожидает прирост на 140 объектов 129

Звездная М.А. Digital signage – оружие ресторанного бизнеса 132

Белянская О.Ю. Сильная аналитика спасает бренды 134

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с коммерческим директором компании «Майкрософт Адвертайзинг Россия» Александром Яковлевым 136

Маркетинг в России и за рубежом 2013

№ 3 ун. № 332019

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Рамазанов И.А. Биополярная модель поведения потребителя и метод
определения степени полярности поведения покупателя 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Шматов Г.А. Экономико-математическая теория медиапланирования 12

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Гринева О.О., Кадерова В.А., Сергеева Е.А.
Кабинетные исследования рынка оксида свинца 22

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Ван Ц., Цай Ш., Оспанова К.К. Стратегии ценообразования в смешанной
цепочке поставок при информационной асимметрии затрат 31

КАНАЛЫ СБЫТА

Чкалова О.В. Классификация внемагазинных форм торговли 43

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тян Е.Г. Ценностная модель интегрированного маркетингового
предложения 52

Грошев И.В., Степанычева Е.В. Факторы, влияющие на формирование
бренда города 58

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Плещенко В.И. Вертикальная интеграция и повышение конкурентоспособности
производителей в современных условиях 70

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Еграшин А.В. Интернет-маркетинг: мифическое существо,
пожирающее реальные средства 76

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Фролов Д.П., Шишков В.А. Региональный маркетинг в действии:
случай Волгоградской области 81

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Дункан Саутгейт (Duncan Southgate), Джон Свендсен (John Svendsen)
Безопасная смена медиа-каналов: структурная основа для инноваций 89

Ник Булл (Nick Bull) Модель распределения медиа-бюджета
в автомобильной отрасли 94

Джош Сэмюэль (Josh Samuel) Как важно быть заметным,
отличительным и значимым 98

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Генералова С.В., Рябова А.И. Перспективы развития рынка
перепелиного яйца и мяса в России 103

Шевченко Д.А. Состояние рынка высшего профессионального
образования России и перспективы его развития 109

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Звездная М.А. А вы знаете, что такое рекламный клаттер? 122

Бемянская О.Ю. Как бренды манипулируют нами 124

ИНТЕРВЬЮ

Чтобы оставаться лидером, нужно меняться: интервью с О.Н. Боровковой 130

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу, защищенных
в 2012 г. (второе полугодие) 134

Маркетинг в России и за рубежом

2013

№ 2

ун. № 326450

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Современные подходы к пониманию конъюнктуры рынка 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Голубков Е.П. SWOT-анализ: существующие методики и пути их совершенствования (Окончание. Начало в № 1 за 2013 г.) 12

Попкова Е.Г., Хохлова С.В. Рейтинг маркетинговой мобильности предприятий 25

Шитова Ю.Ю., Строкина О.Ф. Анализ сезонности электронной торговли 30

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Стреж В.М., Пархименко В.А. Количественный анализ процесса информационного обеспечения маркетинга в ИТ-компаниях 40

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Ботнарюк М.В. Маркетинговые аспекты формирования клиентской базы компании, осуществляющей внутрипортовое экспедирование грузов 51

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Брендинг есть сущность, развивающаяся во времени 58

Шкляр Т.Л. Без вины виноватые... Чувство вины и реклама 68

Пашутин С.Б. О коммерческой эксплуатации знаменитостей, или celebrity marketing 72

Бения М.И. Рекламный образ и стиль: реальность и абстрактность 80

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Малышев А.А., Зубрилина Е.А. Разработка рекомендаций по развитию эколого-социального маркетинга на примере Пензенской области 87

Аликина Е.В. Стратегия управления потребительскими рекомендациями на рынке туристических услуг 96

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Неретина Е.А. Бизнес-модель компании, базирующаяся на потребительской ценности 104

Таппасханова Е.О., Мустафаева З.А., Лигидов Р.М. Формирование конкурентной позиции товаров особого спроса (автомобилей премиум-класса) в России 109

Голубкова Е.Н., Полянская И.В., Щукина Ю. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия 120

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Белянская О. Пять заблуждений о HR-брендинге 133

Баева Т.В. Личный бренд или известность на час 137

Желянин Д.А. Работа с клиентской базой – мощный инструмент продаж вашего бизнеса! 140

Маркетинг в России и за рубежом 2013

№ 1 ун. № 322926

Обращение главного редактора	3
МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	
Голубков Е.П. SWOT-анализ: существующие методики и пути их совершенствования	5
Троценко А.Н. Сравнительный анализ методов исследования конъюнктуры рынка	16
Заворохина Н.В. Использование методов когнитивного моделирования при оценке потребительских предпочтений в отношении безалкогольных напитков	27
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ	
Тян Е.Г. Потребительская оценка совокупной ценности инновационного продукта в условиях ускоряющихся рыночных изменений	37
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
Шайхлисламов В.А. Анализ продвижения бизнес-консалтинговых услуг на российском рынке	42
Белянская О.Ю. Девять мифов о российском брендинге	49
Пыхтина И.Н. Региональный рынок познакомился и принял частную торговую марку	52
Бения М.И. Какой он, успешный риелтор?	60
Сергиенко И.А. Культурные предпосылки формирования потребительских предпочтений	71
РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Белякова Н.А., Малышев А.А. Разработка модели экологического маркетинга в регионе	77
Фролов Д.П. Маркетинг региона: дискуссионные вопросы методологии и методики	83
МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК	
Плещенко В.И. Актуальные вопросы взаимодействия потребителей и поставщиков в условиях действия положений Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ	91
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	
Шестакова Е.В. Продвижение товаров в социальных сетях	96
ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА	
Стреж В.М., Пархименко В.А., Бондаренко М.Н. Маркетинговые роли в ИТ-компаниях	107
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА	
Постановление правительства Российской Федерации от 20 декабря 2012 г. № 1346 «Об утверждении положения о государственном надзоре в области рекламы»	115
КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ	
Стеценко Ю.В. Рынок банковских услуг в Центральной и Восточной Европе	118
Белянская О.Ю. Доверяй, но проверяй	120
МАРКЕТИНГ ЗА РУБЕЖОМ	
Мартин Линдстром Размышления по отдельным маркетинговым вопросам	122

Маркетинг в России и за рубежом 2012

№ 6 ун. № 320682

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Сидорчук Р.Р. Модель маркетинговой экспертной системы в структуре поддержки малых и средних предприятий	3
Пиногорский Д.А. Гендер в современном маркетинге	19

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Гудилина Е.А. Насколько эффективен социально ориентированный маркетинг	30
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Лысенко И.Ю., Поварич И.П., Старикова А.В. Сбалансированная система показателей по бренду как основа для измерения эффективности ребрендинга	35
Прокопья Н.Я., Стреж В.М., Пархименко В.А. Продвижение мобильных приложений	41
Голубкова Е.Н., Вознесенская Е.А. Анализ конкурентоспособности рекламного продукта компании «Хайвэй»	53

МАРКЕТИНГ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Чибикина Т.В. Маркетинговая стратегия производственной компании радиотехнической отрасли	64
--	----

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Грошев И.В., Корчагин Е.П. Рынок туристических услуг для людей зрелого возраста: проблемы и перспективы развития	71
--	----

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Эффективность креативной составляющей рекламы	81
Facebook – не рекламная платформа, а экосистема	88
Второе дыхание баннерной рекламы	93

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Брайт И. Секреты прибыльных интернет-магазинов	97
--	----

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Комиссарова Т.А. Российские компании предпочитают расти, а не развивать бизнес	102
Бурмистров М.Б. Аналитики INFOline прогнозируют смену лидера отрасли «Розничная торговля» в конце 2012 – начале 2013 г.	103
Стеценко Ю.В. Выбор потребителя – высококачественная фототехника	106
Федяков И.В. Доля рынков в структуре оборота розничной торговли Российской Федерации продолжает снижаться	109
Баева Т.В. Диалектика событийного маркетинга	111
Бурмистров М.Б. Ижевск признан городом-лидером по насыщенности супермаркетами	115
Смирнова Е.И. Исследование автокредитования в России	117

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Смирнов К.А., Никитина Т.Е. Становление потребностеведения как предыстория возникновения маркетинга в России	121
--	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Книги по маркетингу, выпущенные в первом полугодии 2012 г.	130
Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2012 году	136

Маркетинг в России и за рубежом

2012

№ 5

ун. № 316735

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Романова И.М., Троценко А.Н. Теоретические подходы к определению понятия и показателей конъюнктуры 3

Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Становление понятия «экономическая конъюнктура» 11

Романова И.М., Ефремова П.В. Теоретические основы управления инновационной деятельностью вуза: понятие и виды инноваций и инновационной деятельности вуза 18

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Грошев И.В., Шапкина Ю.В. Бренд как «точка роста» территории инновационного развития 28

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Петряшов Д.В. Сведения органов власти, местного самоуправления и некоммерческих организаций как источники маркетинговой информации 41

Гритчина М.Н. Исследование ценовых аспектов снабженческо-сбытовой деятельности предприятий молочного подкомплекса Саратовской области 51

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Кудряшова О.А. Понятия, функции и значение выставочной деятельности 58

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Пархименко В.А., Стреж В.М., Бондаренко М.Н. Маркетинг информационных технологий: особенности и инструменты 72

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Ботнарюк М.В. Формирование конкурентной стратегии морского транспортного узла в контексте институционального подхода и маркетинга взаимодействия 86

Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В. Учет мнений потребителей при выборе параметров нового изделия 92

Голубкова Е.Н., Щелак А. Анализ конкурентоспособности ООО «Канц-Эксмо» 104

МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК

Плещенко В.И. Применение продуктового подхода к организации отбора поставщиков в рамках процесса закупок 114

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Вагнер К.Р., Жеребенкова Н.В. Персональные данные: защитить нельзя продать 124

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Кацегоров В.В. Ключевые результаты первого полугодия 2012 г. 128

Новикова Н.П. Презентация самолетов под брендом TUI 130

Стеценко Ю.В. Зрители аналогового телевидения на Западе не успевают за изменениями, произведенными цифровым TV 132

ПУБЛИКАЦИИ

Садченко К.В. Теория и методология современного международного маркетинга 134

Маркетинг в России и за рубежом

2012

№ 4

ун. № 313686

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Федорова Ю.А., Дряблова Е.А., Эрберт Э.Э. Доверие потребителей как один из ключевых факторов конкурентной борьбы банков	3
Стеценко Ю.В. Больше позитива	9

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Эмоциональные силы мотива выбора бренда в призме поведения потребителя	13
Ковалев М.Н. Как при помощи нехитрых действий превратить потенциальных клиентов в реальных	29
Шматов Г.А. Реклама и медиапланирование	32
Димова Н.И. Особенности эмоционального потребительского поведения	42
Голубкова Е.Н. Сенсорный брендинг как инструмент коммуникаций	47
Пашутин С.Б. Концепции ажиотажного спроса	53

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Симановская М.Л., Грубман М.А. Маркетинг наукоемких отраслей (на примере фармацевтики)	65
---	----

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Сабурова М.М. К вопросу о взаимодействии маркетинговой службы с другими подразделениями на российских предприятиях	74
---	----

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Евсеев Е.А. Мировые эксперты о лицензионном рынке России: перспективы развития и мировая практика. По материалам пресс-конференции на выставке LICENSING@RUSSIA	81
--	----

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Плещенко В.И. Диверсификация продуктового портфеля промышленного предприятия: сопутствующие издержки и риски	87
---	----

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Ленкова О.В., Дебердиева Е.М., Осинская И.В. Формирование цен на нетопливные товары в магазинах при автозаправочных комплексах	93
---	----

КАНАЛЫ СБЫТА

Панюкова В.В. Организация купонных продаж в сети Интернет как направление развития мультимедийной интеграции в сфере услуг	102
---	-----

ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ

Голубков Е.П. Управление разработкой нового продукта: разбор конкретных ситуаций	112
---	-----

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Войцехович-Казанцев К. Первый в России Cashback-маркет ClickAndPay.ru намерен занять 10% российского рынка онлайн-торговли к 2015 г.	123
Воробьева Е. Рунет сегодня: цифры, факты, события	125
Исаев С.С. SAS – целевой маркетинг для повышения доходности	127

ПУБЛИКАЦИИ

Тарануха Ю.В. «Конкуренция»: определение понятия и содержательного наполнения	129
Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2012 г. (1-е полугодие)	138

Маркетинг в России и за рубежом

2012

№ 3 312745

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ефремова М.В., Мельниченко Н.В. Проблемы и перспективы развития
нижегородского рынка гостиничных услуг 3

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Боровкова О.Н. Применение маркетинговых коммуникаций
на электротехническом рынке 13

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Ребрендинг – «лекарство»
для здоровья бренда 19

Минина Т.Б. Love-маркетинг – новая парадигма внутриорганизационного
маркетинга 34

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Жукова Е.В. Интеллектуальная собственность компании
как конкурентное преимущество 40

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Штейн О.И. Банковский маркетинг: совершенствование организации
обслуживания клиентов 47

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Габидинова Г.С. Маркетинговая трактовка территории 52

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Мансуров Р.Е. Реформирование системы продаж в негосударственном
образовательном учреждении 61

Романова И.М., Шевченко О.М., Полупанова В.А. Сущность, структура
и особенности рынка образовательных услуг 67

Туватова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг
в гостиничном бизнесе 76

МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК

Плещенко В.И. Специфика проблемы «принципал – агент» для коллегиальных
органов управления закупками на предприятиях промышленности 83

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Фасхиев Х.А. Российский авторынок: чего ждать после вступления России в ВТО? 92

Кацегоров В.В. Обзор рынка смартфонов в 2010 и 2011 гг. 106

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Смирнов К.А., Никитина Т.Е. Выявление новой маркетинговой политики –
политики возможностей 111

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Мазанов П.В. Федеральная система «Город»: итоги 2011 г. 117

Высочкина А. QIWI нашла ответ на вопрос «Чего хотят женщины?» 119

Куртова Н.В. Жители многоквартирных домов зря тратят миллиарды долларов 122

Евангелеева А.С. Производство кондитерских изделий в России растет 124

Буланова Н.Н. От крыла автомобиля до глобального изменения мира.
Как изменить мир, начав с малого? 126

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2011 г.
(2-е полугодие) 130

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Карпова Н.С. Очерк развития российского маркетинга 4

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Антипов Е.А., Покрышевская Е.Б. Количественный анализ выгод покупателей от использования веб-сервисов для сравнения цен 19

Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В. Оценка соответствия цены товара уровню его потребительских свойств 25

Магданов П.В. Из истории проекта «PIMS»: уроки прошлого 33

Былина В.Ю. Выбор программного обеспечения для прогнозирования продаж 42

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Фролов Д.П. Управление маркетингом российской nanoиндустрии 52

Мазина О.В. Успех инноваций на рынке потребительских товаров: почему потребители не всегда «голосуют» за новые продуктовые предложения любимых марок 59

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ефремова М.В. Проблемы и перспективы речных круизов для молодежи 64

Стеценко Ю.В. Кому доверяют россияне? 72

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Арасланов Т.Н., Васильченко И.В. Обоснование норматива рентабельности к затратам при ценообразовании производственных услуг агросервисных предприятий 74

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Артемьева Ю.В. Как «подорвать» продажи конкурентов 81

Мансуров Р.Е. Переход к маркетингу взаимоотношений в компании 86

Важенина И.С. Бренд территории: сущность и проблемы формирования 91

Лимарев П.В. Особенности интеграции печатных СМИ Южного Урала в информационное общество 102

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Сериков Д.А. Роль маркетинга в посткризисных условиях функционирования региональных рынков жилой недвижимости на примере Краснодара 112

Волков С.К. Особенности региональных стратегий продвижения туристских продуктов (на примере регионов ЮФО) 118

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Евсеенкова Е.А. Самые распространенные вопросы о лицензировании. Итоги встречи «Лицензионный рынок России» 125

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Сабурова М.М. Маркетинговая служба: проблемы внедрения и позиционирования 133

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Виленский М.В., Русланов Д.В. Маркетинг как инструмент для лидерства в IT-отрасли 139

Новикова Н.П. TUI: итоги продаж в новогодний период 141

Маркетинг в России и за рубежом

2012

№ 1

ун. № 303487

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Оспанова К.К. Электронный маркетинг-микс: ретроспектива и оценка современного состояния	4
Мазур Е.Е. «Эмоциональный маркетинг»: миф или новая маркетинговая концепция?	16

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Заворохина Н.В. Кластерная модель формирования региональных сенсорных предпочтений потребителей при выводе на рынок инновационного продукта	27
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Индивидуально-личностная импликация психических процессов в «сценарии» формирования брендового образа у потребителя	35
Мансуров Р.Е. Анализ неудачной реализации мероприятий по событийному маркетингу	41
Чайков М.Ю. Совершенствование названий производственных систем	47
Артемьева Ю.В. Рекламные стратегии	50

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Мальцева А.А. Анализ конкурентной среды технопарка: методологические основы	56
--	----

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Шурцкова Ю.В. Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент	66
Дейнекин Т.В. Интернет-форумы как инструмент маркетинга	73

КАНАЛЫ СБЫТА

Плещенко В.И. Проблемы корпоративных и государственных закупок в переходной экономике России	79
Калужский М.Л. Дропшипинг - альтернативная инфраструктура сбыта и продвижения	90

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Коновалов Е.В. Нормативная теория маркетинга	105
---	-----

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Стеценко Ю.В. Использование телекоммуникационных услуг и Интернета	130
Шашкин А.В., Фелонина Ю.В. Россияне консервативны в своей любви к брендам	133

<i>Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2011 году</i>	137
--	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 6

ун. № 300091

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Газарян А.Е. Топология рыночных отношений и место маркетинга в системе управления предприятием	3
Банчева А.А. К вопросу о маркетинговой политике предприятия (маркетинговая политика в теории и практике)	14

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Классификация методов определения емкости рынка на основе применяемой маркетинговой информации	23
---	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Артемьева Ю.В. Маркетинговая безопасность? Принцип работы	32
Синяева И.М., Салохединова Р.Р. Маркетинговые исследования рынка медицинских изделий для сердечно-сосудистой хирургии и оценка эффективности их импортозамещения	38
Ларин И.С. Исследование IBM выявляет недостаточную подготовленность СМО к новым вызовам эпохи цифровых коммуникаций	50
Кузнецова Н.А. Итоги рейтинга популярности аутсорсинга в иностранных компаниях	55

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Третьякова Т.С. Механизм формирования малобюджетного комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях дефицита финансовых ресурсов компании	59
Шевченко Д., Луценко Е. Платежные терминалы как интерактивный канал рекламных коммуникаций	67
Мансуров Р.Е. Опыт формирования бренда компании	77
Захарова М.К. Актуальные тенденции креатива в рекламе	86
Родионова Н.А. Компания EFES продвигает свое пиво на рынке нестандартными способами	89

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Баумгартен Л.В. Удержание потребителей и привлечение новых в туризме при наличии дефектов обслуживания и появлении жалоб потребителей	93
Петросян А.Д. Управленческие технологии государственного регулирования внешней торговли	108

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Шакина Ж.М., Глеубердинова А.Т. Формирование конкурентоспособности туристических услуг	115
--	-----

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Коновалов Е.В. Нормативная теория маркетинга	122
--	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Товар и модели товара в маркетинге (фрагмент из кн.: Голубкова Е.Н., Сидорчук Р.Р. Маркетинговое управление товаром)	136
--	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 5

ун. № 295877

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Голубков Е.П. Использование иерархических структур при обосновании маркетинговых решений	4
Токарев Б.Е. Методика оценки рыночных ниш наукоемких товаров	17

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Стеценко Ю.В. Маркетинговые исследования компании GfK Group	25
---	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Горленко О.В. Тенденции развития рекламного рынка в России и за рубежом	41
Артемьева Ю.В. Цикл рекламного планирования: стрельба боевыми патронами или разработка коммуникативной стратегии... ..	48

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Грошев И.В., Степанычева Е.В. Инструменты формирования бренда территории	54
--	----

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Шабанова М.М., Кунниева З.А., Рамазанова З.А. Формирование эффективной маркетинговой стратегии строительного предприятия	65
--	----

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Мансуров Р.Е. Маркетинговая стратегия в образовательном учреждении	75
Шамонов П.А. О некоторых аспектах маркетинга образовательных услуг	84

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Тюрин Д.В. Нужно ли платить бонусы сотрудникам службы маркетинга?	95
---	----

КАНАЛЫ СБЫТА

Плещенко В.И. Основные подходы к осуществлению закупочной деятельности и оценка их применимости для предприятий промышленности	107
Никулина Т.А. Понятие, признаки и классификация розничных торговых сетей	115

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Матковская Я.С. Маркетинг коммерциализации инноваций: обоснование развития нового направления маркетинга	126
--	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2011 г. (1-е полугодие)	134
---	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 4 292032

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Булгаков Ю.В. Адаптивные модели прогноза продаж 3

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Шашкин А.В., Фелонина Ю.В. Зависит ли успех продаж от использования олимпийской символики на товарах 15

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Шефина А.Н. Четыре шага к увеличению продаж с помощью рекламы 18

Пашутин С.Б. Скандальные акции на коммерческой основе 24

Симонов К.В., Серeda О.В. Построение объединенной модели маркетинга выставочных услуг 38

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Баумгартен Л.В. Возможные подходы к выбору показателей и оценке конкурентоспособности (на примере туристских услуг) 46

Воловик Б.П. Оценка конкурентоспособности продукта на основе анализа конкурсных торгов 64

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Ботнарюк М.В. Построение партнерских отношений между участниками морского транспортного узла: маркетинг взаимодействия 71

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Ноготкова Е.Ю. Краткий обзор рынка денежных переводов из России в страны СНГ 78

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Христосенко М.С. Как привлечь много новых клиентов на корпоративный веб-сайт 83

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Манохин А.В. Рассмотрение некоторых экономических понятий на основе маркетинга 93

Коновалов Е.В. Нормативная теория маркетинга 98

Шубладзе Г.Ш., Кирвалидзе Н.О. О сущности и функциях маркетинга 108

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Ефименкова О.А. Menu de Cannes – проект компании Electrolux, официального партнера Каннского кинофестиваля 114

ПУБЛИКАЦИИ

Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь терминов 116

Тренируйте свой мозг, чтобы победить в игре (фрагмент из книги Брюса Кинга «Как удвоить продажи») 122

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 3 289096

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Токарев Б.Е. Методика поиска рыночных ниш наукоемких товаров 3

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Волков С.К., Дряблова Е.А. Цена как основной инструмент маркетинговой стратегии туристского предприятия в борьбе за потребительское предпочтение туристов 21

Бойтемиров Т.Ф. Сравнение условий лизинга: как предприятию выбрать оптимальное предложение (по результатам исследования рынка лизинга) 26

КАНАЛЫ СБЫТА

Плещенко В.И. Управление закупками как инструмент повышения устойчивости промышленного предприятия в рыночной среде 37

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Ботнарюк М.В. Влияние специфики деятельности морских компаний на выбор маркетинговых коммуникаций 42

Кудряшова О.А. Проблемы выставочного бизнеса в России 51

Пашутин С.Б. «Экстравагантный» маркетинг 60

МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ

Карева Е.С. Управление торговым маркетингом на предприятиях алкогольной сферы региона 72

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Шекова Е.Л. Маркетинговая стратегия центра современного искусства (на примере «Лофт-проекта ЭТАЖИ» в Санкт-Петербурге) 79

Шевченко О.М. Сущность и особенности образовательной услуги 90

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Чан Ван Линь SWOT-анализ выхода российских компаний на рынок телекоммуникаций Вьетнама 97

Петросян А.Д. Методическое обеспечение организации управления продвижением промышленной продукции на зарубежные рынки 103

Голик В.С., Голик С.И. Использование интернет-технологий в международном маркетинге 113

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с председателем правления ОАО КБ «Промышленно-финансовое сотрудничество» Лукьянычевым Олегом Александровичем 117

ПУБЛИКАЦИИ

Голубкова Е.Н. Разработка ПР-программы для международной консалтинговой компании на российском рынке 120

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2010 г. (2-е полугодие). Часть II 135

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 2 285084

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Арасланов Т.Н., Васильченко И.В. Использование матрицы «Дженерал Электрик» – Мак-Кинзи при выборе направлений диверсификации предприятия	3
Цакаев А.Х. Экономическая эффективность управления рисками: показатели и критерии	8
Кузьмина С.Н., Силантьева О.А. Развитие системы бизнес-инкубирования в интересах малого промышленного бизнеса: условия и маркетинговые подходы	18
Вечканова Е.С., Носкова Е.В. Основные направления проектного управления в маркетинге	28

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Голубков Е.П. Исследование некоторых проблем развития маркетинга и его инструментов (по материалам интернет-публикаций)	37
Артюшина Е.В. Международные маркетинговые исследования и статистический анализ данных	44
Николаева М.Е., Федорова О.В. Маркетинговое исследование рынка мобильных устройств Чеховского района Московской области	49

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Горохов М.А. Товары класса «премиум»: сущность и основные характеристики	58
--	----

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Нифаева О.В., Горностаева А.Н. Цели, принципы и стратегические подходы в ценообразовании	68
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Третьякова Т.С. Маркетинговые коммуникации на рынке грибной продукции России	76
Хохлова Т.П., Назаретян П.В. Product placement как глобальная стратегия продвижения товаров и услуг: проблемы и пути их решения	87
Пашутин С.Б. Завуалированный маркетинг, или Интригующее замещение. Ретроспективный анализ	99

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Бутенко Я.А. Совершенствование инвестиционной стратегии как фактор повышения конкурентоспособности страны	110
---	-----

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Христосенко М.С. Превращаем шаг за шагом корпоративный сайт в эффективный инструмент продаж	124
---	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2010 г. (2-е полугодие). Часть I	133
---	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2011

№ 1

281861

Обращение главного редактора	3
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА	
Тарануха Ю.В. Экономическая природа и сущность конкуренции	4
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	
Шадрина С.В. Оценка удовлетворенности потребителей услуг общественного питания в г. Архангельске методом Кано	18
Баранов А.Е. Исследование туристической активности населения	29
Маркова К.П. Динамика расходов на мелкую и крупную бытовую технику за год	37
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
Голубкова Е.Н. Управление удержанием потребителей	39
Горчакова В.Г. Структура имиджа политика: В. Путин и Д. Медведев	47
Соломахин М.С. Некоторые методы продвижения журналов на рынке профессиональных изданий	51
БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ	
Швед Д.Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга»	56
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	
Сомова Е.Ю. Создание кластеров как средство повышения конкурентоспособности	65
Самочкин В.Н. Повышение конкурентоспособности машиностроительных предприятий за счет достижения заданных конкурентообеспечивающих технико-экономических показателей	74
Шамонов П.А. Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения	82
КАНАЛЫ СБЫТА	
Плещенко В.И. Управление контрактными отношениями при отборе поставщиков как фактор развития конкуренции	90
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Садченко К.В. Стратегии международных компаний	98
ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ	
Пейдж Г. Понимание функционирования головного мозга изменит маркетинг	107
ИНТЕРВЬЮ	
Соломович Т.В. Конкуренция на рынке электронных и печатных изданий: интервью с Питером Коллингриджем	112
ПУБЛИКАЦИИ	
Абрютина М.С. Методология расчета индексов потребительских цен оптового рынка в статистике	117
Новая литература по маркетингу	129
Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2010 году	138

Маркетинг в России и за рубежом 2010

№ 6 275733

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Козин В.А. Перспективы развития маркетинга 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Шитова Ю.Ю., Гусарова Е.В. Интегрированный ABC-XYZ-анализ ассортимента и клиентской базы (на примере ОАО «Подмосковный хлеб») 11

Сулицкий В.Н. Имитационное моделирование в маркетинговом планировании 29

Сомова Е.Ю. Кластерная матрица как инструмент структурирования локального рынка: на примере текстильного рынка Республики Чувашия 41

Алексеева И.В. Проведение стратегического маркетингового аудита удовлетворенности клиентов коммерческой организации 54

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Воловиков Б.П. Корректировка маркетинговой стратегии предприятия на основании результатов исследований рынка 63

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Симонов К.В. Выставочный маркетинг: экономическое содержание специальных понятий и терминов 70

Пыхтина И.Н., Авсеенкова М.В., Егорова Э.В. Успех стратегии глубокого проникновения McDonald's на российский рынок 80

Зайцева О.С., Чардымский М.Г. Маркетинговые и психологические аспекты деловых бесед и переговоров 87

Гуров В.А. Продвижение брендов на рынке фармацевтических препаратов 97

Базылева И.А. В России никак не разберутся с телемаркетингом... 106

Акулич М.В. Брендинг, культура нации и ее имидж 110

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Габидинова Г.С. Маркетинг на рынке ценных бумаг: модель принятия решения инвестором 116

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Найджелл Холлис Социальные медиа и маркетинг 127

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Тюрин Д.В. Должен ли маркетинг помогать другим подразделениям в компании 129

Симонов М.Ю. Финансирование маркетинговых проектов постфактум угрожает рынку 132

Джули Кларк Мысли глобально, действуй локально 134

Нечаева Н.Г. Факторинг для маркетинга 137

Ульянский О.В. Секреты детского маркетинга 140

Маркетинг в России и за рубежом

2010

№ 5

272032

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Гришин В.В. Антикризисная коррекция маркетинговой политики
несетевого торгового предприятия 4

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Фасхиев Х.А. Принятие маркетинговых решений на основе количественной
оценки объектов 14

Капустина Л.М., Бабенкова А.В. Корпоративный клиент в системе
маркетинга предприятия 34

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Щеглова И.В., Верещагин А.Л., Моксин М.А. Маркетинговые исследования
потребительских предпочтений в отношении грибов и информированности
о пищевой ценности грибов жителей г. Бийска 46

Тихонова Г.П. Маркетинговое исследование узкоспециализированных
периодических печатных журналов 56

Сидорчук Р.Р. Некоторые результаты исследования кластера малых
специализированных оптовых предприятий 68

Маркова К.П. Динамика расходов на товары повседневной необходимости
за год 77

Демидов А.М. Результаты кризисного исследования «Российский
потребитель» 79

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Амирджанова А.Ф. Эффективное стимулирование сбыта на рынке
программных продуктов 82

Кульман А.Н. НЕОбрендинг: от эмоций – к чувствам! 88

Пашутин С.Б. Использование product placement в маркетинговых
коммуникациях 98

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Макарова М.Е. Влияния бренда «Ингосстрах» на достижение целей
компании и влияние достижения целей компании на ее бренд 114

КАНАЛЫ СБЫТА

Бурганов Р.А. Очередь как индикатор развитости социально-экономической
системы 123

Охорзина Ю.О. Назад в будущее – тренд на открытие фирменных сетей
производителей вынужденный или перспективный? 129

ПУБЛИКАЦИИ

Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в первом
полугодии 2010 г. 136

CONTENTS 142

Маркетинг в России и за рубежом

2010

№ 4

267817

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Бондаренко В.А. Апология маркетинга в кризисных условиях	3
Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Подходы к определению понятия емкости рынка	10

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Никонорова А.В. Использование мобильного маркетинга как средства стимулирования сбыта	18
Федорова О.В., Романова А.Д. Маркетинговый аудит и выработка стратегии развития «Центра корпоративного учета и отчетности «Желдоручет» - филиала ОАО «РЖД»	23

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ирмели Хирвенсало Глобальный опрос по маркетинговому анализу – 2009	29
Грязнова Ю.Е., Суханова Т.В. Особенности предпочтений и потребительского спроса домашних хозяйств на рынке хлебобулочных изделий Пензенского региона	39
Ефремова М.В. Проблемы и перспективы развития нижегородского рынка туристских услуг	49
Лимарева Ю.А., Лимарев П.В., Савосько Е.С. Маркетинговое исследование рынка печатных изданий автомобильной тематики г. Магнитогорска	56
Демидов А.М. Исследования индекса потребительских настроений	64
Маркова К.П. Динамика расходов на табачные изделия и алкогольную продукцию за год	65

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Душкина М.Р. Модели коммуникативного воздействия в маркетинге	67
Бельских И.Е., Кулагина С.В. Реклама лекарственных препаратов в фармацевтическом маркетинге	74

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Сомова Е.Ю. От традиционного к инновационному рынку	81
Добровольский В.П. «Точки роста» и инвестиционный потенциал российской экономики в 2010 г.	88

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Медведева А.В. Выведение на российский рынок нового продукта (выездной агротуризм в Италию)	101
--	-----

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Фролов Д.П. Эвристики и «ловушки» в теории маркетинга	109
Голубков Е.П. Еще раз к вопросу о некоторых основополагающих понятиях маркетинга	115

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Антонов Д.М. От мира потребителей к миру людей	127
---	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Голубкова Е.Н., Широченская И.П. Деловые ситуации в маркетинге: 33 кейса	129
---	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2010

№ 3

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Манохин А.В. Системность маркетинга и экономики 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Голубков Е.П. ABC- и XYZ-анализ: проведение и оценка результативности 12

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ердакова В.П. Отношение потребителей к биологически активным добавкам к пище 24

Демидов А.М. Маркетинговые исследования GfK Rus 37

Счастлиева К.М. Исследование косметического рынка 41

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Акулич М.В. Копирайтинг со вкусом маркетинга 46

Галыбина Е.Ю. Разработка новой идеи для создания и развития бренда на примере магазина «Республика» 53

Даллакян А.К. Продвижение кредитных карт в канале ритейла одежды, обуви и аксессуаров 62

Заворохина Н.В. Использование специфики механизма обоняния человека и ольфакторных тенденций в качестве инструмента сенсорного маркетинга 66

Оганесян А.С., Оганисян И.А. Методы оценки эффективности воздействия рекламных обращений и эффективности затрат на их подготовку 73

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Сорокина И.Э. Управление конкурентоспособностью кооперативных предприятий 87

Сергеева Е.А. Конкурентоспособность группы компаний «Русская традиция» на рынке пива России 94

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Федорова О.В. Маркетинг в социальных сетях 101

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Алешина И.В., Алешин Э.Б. Глобализация рынков, наноиндустрия и стратегия интернет-продвижения нанопродуктов РФ 104

Голосная Ю.А. Региональная специфика рынка молока и молокопродуктов (на примере Республики Северная Осетия – Алания) 116

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Нуфферова Т.Э. Промо-акции производителей пива 127

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2009 г. 130

CONTENTS 143

Маркетинг в России и за рубежом

2010

№ 2

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Попкова Е.Г., Суворина А.П. Особенности использования маркетинговых моделей в процессе управления маркетинговой деятельностью компании 3

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Матковская Я.С. Потребительское поведение на рынке инновационных технологий: моделирование стандартов 12

Чертков А.С. Создание национального ювелирного бренда как стратегическая инновация 22

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Светлова Н.В. Построение алгоритма отбора факторов, влияющих на конъюнктуру товарного рынка 30

Фасхиев Х.А. Удовлетворенность потребителей и ее оценка 39

Антипов Е.А., Покрышевская Е.Б. Многокритериальная модель диагностики имиджа марки 54

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Галыбина Е.Ю. Социальные предпосылки идей для становления и развития бренда 60

Амирджанова А.Ф. Паблик рилейшнз как инструмент продвижения справочно-правовых систем 67

Горчакова В.Г. Голос в маркетинге медиаперсоны 72

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Сомова Е.Ю. Анализ конкурентоспособности текстильных кластеров России. Оценка качества бизнес-климата 77

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Николаев А.М. Маркетинговая стратегия послепродажного обслуживания авиационной техники 90

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Еленев К.С. Концептуальные основы построения маркетинговых коммуникаций B2B печатного издания 97

Шекова Е.Л. Определение маркетинга в сфере культуры 107

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Ефремова М.В. Развитие российской туристской индустрии в условиях кризиса 115

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Чубукова Л.В. Правовые аспекты маркетинговой деятельности 120

Большакова К.А., Абакумова Л.Н. Защита прав потребителей в г. Боровичи 125

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Важенина И.С. Имидж и репутация организации: экономическое содержание, формирование и оценка 136

Маркетинг в России и за рубежом 2010

№ 1

Обращение главного редактора	3
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА	
Пархименко В.А., Стреш В.М. Маркетинговая наука – реальность или миф?	6
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ	
Голубков Е.П. Инновационный маркетинг как инструмент перевода экономики России на новый путь развития	18
МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	
Хакимова Е.А. Методы теории массового обслуживания, используемые для оценки качества обслуживания в коммерческом банке	30

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Короткова Н.Ю. Сотрудничество с потребителями при создании новых продуктов	37
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Потоцкая Т.И. Ювелирное выставочное движение России	47
Мокану И.М., Абакумова Л.Н. Атмосфера магазина как инструмент влияния на потребителя	53

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Баумгартен Л.В. Использование бенчмаркинга для повышения эффективности и конкурентоспособности деятельности туристских фирм	63
Буймов А.С., Вайсман Е.Д. Оценка конкурентоспособности инновационного продукта	74

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Вялкин А.Г. Агентство по развитию территорий – ключевое звено инвестиционного маркетинга региона	80
--	----

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Еленев К.С. Концептуальные основы построения маркетинговых коммуникаций В2В печатного издания	85
---	----

НЕКОММЕРЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Падейский В.В. Маркетинговый подход к разработке концепции аудиовизуального продукта	92
--	----

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Чан Ван Линь Применение российскими компаниями различных маркетинговых стратегий проникновения на рынок Юго-Восточной Азии	101
--	-----

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Корнилов С.С. Рынок технологий в России и за рубежом. Лидеры и аутсайдеры	105
---	-----

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Горчакова В.Г. Имидж власти	117
Соломонов Л.А. Маркетинг как система – к вопросу о некоторых основополагающих понятиях маркетинга	122

ПУБЛИКАЦИИ

Новая литература по маркетингу	132
Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2009 году	138

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 6

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Облаков П.О. Математическая формализация маркетинговой концепции Джека Траута и Эла Райса 3

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Комиссарова Т.А. Управление рынком в период кризиса как ресурс повышения потенциала компании 16

Денисов Д.А. Маркетологи предвидят рост на рынке аутсорсинговых call-центров 19

Кокуева Ж.М., Угрюмов М.В. Условия выживания на рынке информационно-технологических услуг во время мирового финансового кризиса 21

Колташов В.Г. Мир без глянца возможен 28

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Демидов А.М. Исследования компании GfK Rus 31

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Матковская Я.С. Применение матрицы брендинга при коммерциализации инновационных технологий 44

Белоусов К.И., Зелянская Н.Л. Имидж и его лингвистическая реконструкция 55

Харлампиева С.С. Реклама. Основы безопасности для детей 66

Макарова М.А. Планирование рекламной кампании для Mattel (Barbie) в России 72

Пашутин С.Б. Как российские товары конкурируют с глобальными торговыми марками 84

Нуфферова Т.Э. Россияне меняют ценности 94

Максименко А.А., Пичугина Е.Г. Контрмаркетинг и маркетинг табакокурения как противостояние сетевых идентичностей 96

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Модель управления конкурентоспособностью предприятия 107

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Мостовая Ю.П. Использование внутреннего маркетинга для реализации потребностей и способностей сотрудников 123

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Сотникова А.С. Формирование и оценка имиджа и репутации организации 136

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 5

сентябрь-октябрь

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Веселов А.И. Антикризисное управление ассортиментной политикой по целям	3
Симановская М.Л., Крупецкая Е.С. Микро- и макромаркетинг в условиях кризиса	7
Сейранян М.Г. Кризис для маркетинга и маркетинг для кризиса	15

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Козлова Н.И., Школьников М.Н. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений в отношении напитков с антиоксидантными свойствами	18
Новицкая Е.Г., Каленик Т.К., Парфенова Т.В., Коростылева Л.А. Изучение потребительских предпочтений в отношении овощных соков в г. Владивостоке	27

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Горчакова В.Г. Знаки в имидже публичной персоны	33
Максименко А.А. Маркетинг некрофилии	39
Пашутин С.Б. Манипуляции и «зомбирование» в маркетинге	49
Пучкова Н.С. Разработка уникального торгового предложения	59

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Симонов К.В. Управление конкурентоспособностью выставочных услуг	67
Чайков М.Ю. Повышение конкурентоспособности путем совершенствования рационализаторской деятельности на предприятии	73

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Исин Ж.М. Ключевые вопросы маркетинговой стратегии в банковской сфере	80
Мостовая Ю.П. Модели управления качеством услуг (на примере банковских услуг)	89

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Соколова И.С. Особенности реализации концепции социально-этического маркетинга в естественно-научном книгоиздании	97
---	----

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Артюшина Е.В. Управление международными маркетинговыми коммуникациями	102
Качанова Т.С. Благоприятна ли восточная среда для бренд-менеджмента?	106

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Уткина Н.В. Характеристика и перспективы развития мирового рынка обуви	112
Марданова Э.У. Определение ёмкости розничного рынка товаров садово-огородной тематики ряда городов Республики Башкортостан	122

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Малышева М.В. В России предлагают услуги чаще, чем улыбаются	134
Овечкин А.В. «Продающие» запросы способны снизить эффективность контекстной рекламы	136

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Новые книги по маркетингу	138
--	-----

Contents	143
----------------	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 4

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Антипов Е.А. Применение деревьев классификации к решению маркетинговых задач	3
Лебедева М.Ю. Методы прогнозирования временных рядов в маркетинговых исследованиях	7
Филимоненко И.В., Скибук И.А. Оценка позиции предприятия на рынке продуктов питания	18

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Комиссарова Т.А. Деятельность компаний на нерастущих рынках	33
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Жаппуева Б.А. Анализ потребительских предпочтений населения Кабардино-Балкарской Республики	38
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Ехлаков Ю.П. Вывод прикладного программного обеспечения на рынок корпоративных продаж: взгляд разработчика	45
Негородов В.С. Организационные принципы и формы рекламной деятельности на предприятиях холдинга	51

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Сорокина И.Э. Методы оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов	63
Фасхиев Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия	75

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Овечкин А.В. Продвижение бренда с помощью интернет-маркетинга: опора на базовые инструменты	84
Демидов А.М. Исследование поведения потребителей	92

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Клочков В.В., Нижник М.В. Анализ ёмкости российского рынка гражданской авиатехники и рисков её изменения	98
---	----

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Исин Ж.М. Ключевые вопросы маркетинговой стратегии в банковской сфере	113
Попкова Е.Г., Суворина А.П. Концепция 5Е на рынке банковских продуктов	127

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Разовский Ю.В. Обменоведение – фундаментальная и прикладная наука об обменах	134
---	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Лимарев П.В. Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2008-2009 году	139
---	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 3

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Кокурин Д.И., Назин К.Н. Эволюция маркетинговой теории: взгляд из России 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Силаков А.В., Силакова В.В., Силаков А.В. Особенности построения модели управления жизненным циклом товара в условиях конкурентного замещения 8

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Демидов А.М. Исследование поведения потребителей в условиях кризиса 18

Топал С.Л. Антикризисный дизайн 25

Комиссарова Т.А. Дискуссионный круглый стол «Управление коммуникациями компаний на нерастающих рынках» 28

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Плетнева Н.А. Принципы формирования бюджета коммуникационной кампании в социальной сфере 32

Полянская И.Л., Полянский Л.Н. Имидж торгового предприятия 39

Пашутин С.Б. Teaser-коммуникации, или так называемые рекламы-дразнилки 48

Карпова М.М. Особенности коммуникативной политики на рынке товаров для детей 54

Горчакова В.Г. Цвет в маркетинге телепродукции 58

Фролов Д.П. Цветовые технологии рекламной коммуникации 66

Харлампиева С.С. Корпоративная пресса как инструмент маркетинга 73

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Гаврилов И.А., Иващенко Н.С. Оценка уровня партнерских связей как одного из факторов конкурентоспособности организации 77

Симонов К.В. Исследование состояния конкуренции на российском рынке выставочных услуг 87

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Веселов А.И. Производственный подход к оценке товарной политики промышленных предприятий 91

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Лимарева Ю.А., Лимарев П.В. Интернет-версия печатного издания как площадка для диалога с аудиторией 96

Овечкин А.В. Интернет-маркетинг в условиях кризиса 99

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Пацанов С.В. Управление маркетингом в лизинговой компании 102

Пилипук А.В. Фирменная торговля и роль маркетинга 111

ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ

Чащарина О.М. Особенности преподавания маркетинга в условиях финансового и экономического кризиса (на примере российско-немецкой программы MBA) 120

ПУБЛИКАЦИИ

Голубкова Е.Н., Широченская И.П. Деловые ситуации в маркетинге: 33 кейса 124

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 2

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Дудин С.Г. Политэкономическое происхождение маркетинга	3
Николаев А.М. Интеграция системы маркетинга в организационную структуру предприятия	12

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Демидов А.М. Исследование поведения потребителей в условиях кризиса	19
Каверая Е.Н. Новые требования работодателей	29
Пресс-служба ИГСО Эпоха без глянца началась	32
Попова А.И. Привлекательность рынка платных медицинских услуг для инвестиций в условиях финансового кризиса	34

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Смирнова Ю.А. Имидж организации: структура, классификация, функции	36
Горчакова В.Г. Семь законов имиджевой коммуникации	48
Туватова В.Е. Перспективы использования товарных знаков в продвижении гостиничных услуг	53

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Чайков М.Ю., Чайкова А.М. Коммерческая тайна как инструмент повышения устойчивости и конкурентоспособности предприятия	59
Фасхиев Х.А. Оценка конкурентоспособности и цены индивидуальных жилых домов	64

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Галыбина Е.Ю. Интернет-бренды, основанные на идее взаимосвязанности и социальной принадлежности	75
---	----

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Логинов М.П. Развитие маркетинга услуг в системе ипотечного жилищного кредитования России	81
Шекова Е.Л. Особенности ценовой политики российских учреждений культуры (на примере музеев Москвы и Санкт-Петербурга)	90
Шабанова М.М., Алиева Р.Р., Рамазанова З.А. Методические основы формирования маркетинговой концепции управления качеством образовательного процесса в вузе	100
Митрофанова Т.Ю. Бренд как фактор повышения конкурентоспособности вуза	113

МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ

Охорзина Ю.О. Дискаунтеры: особенности покупательского потока и способы влияния на него	121
---	-----

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Катернюк А.В. Несколько слов о маркетинговой методологии: как правильно мАркетинг или все-таки маркЕтинг	125
--	-----

ПУБЛИКАЦИИ

Фрагмент из книги М. Вуд «Полное и детальное руководство по планированию маркетинга»	131
--	-----

Маркетинг в России и за рубежом

2009

№ 1

Слово главного редактора	3
АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Голубков Е.П. Антикризисный маркетинг	5
Комиссарова Т.А. Действия компаний, направленные на повышение эффективности труда персонала в условиях кризиса	18
МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	
Сидорчук Р.Р. Маркетинговый аспект формирования оптимального промышленного ассортимента товара для малого бизнеса	23
Стрижакова Е.Н., Стрижаков Д.В. Оценка и анализ маркетинговых рисков	31
Голик В.С. Матричный метод поддержки принятия решений в маркетинге	37
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	
Бушуева Л.И. Использование концепции организационных инноваций для управления процессом внедрения систем информационно-аналитического обеспечения маркетинговой деятельности	48
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
Голубкова Е.Н., Михайлов О.З. Управление внутренним маркетингом	60
Качанова Т.С. Создание хорошего логотипа – действенный брендинговый ход	71
Харлампиева С.С. Составление рекламного плана в составе бизнес-плана при старте частного бизнеса	76
Шадрина С.В. Влияние рекламы на потребительское поведение подростков	85
Сырова А.А. Адаптировать или так сойдет?	97
ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА	
Веселов А.И. Товарная политика предприятий: анализ основных взглядов и методов оценки	103
РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Бурцева Т.А., Кузнецова А.В., Ворожцов С.Н. Управление региональным брендом	115
ПУБЛИКАЦИИ	
Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2008 году	127
Новая литература по маркетингу	132
Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2008 году	138