

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 3 (101) — 2014

СОДЕРЖАНИЕ

16+

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Генерация идей как этап процесса разработки
нового продукта (Окончание. Начало см. в № 2 за 2014 г.)
Голубков Е.П. 3
- Принципы ТРИЗ для решения проблем в области маркетинга
и менеджмента
Яковенко Е.В. 19
- Использование метода «тайный покупатель»
для выявления причин низких продаж в розничных магазинах
Поподько Г.И., Нагаева О.С. 26

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Рекламно-информационное обеспечение
выставочно-ярмарочной деятельности
Симонов К.В. 33
- Эволюция брендинга в зарубежной и российской практике
Грошев И.В., Краснослободцев А.А. 45

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

- Методы инновационного маркетинга в ресторанном бизнесе
Туватова В.Е. 55
- Особенности маркетинга страховых услуг
в системе бизнес-процессов в России и за рубежом
Губанов Р.С. 59

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Соответствие цены автомобилей в сегменте легких
коммерческих автомобилей их потребительским характеристикам
Корнилов Д.А., Шапкин Е.И. 68
- Ситуационный анализ конкурентных позиций России
в глобальной экономике: вчера и сегодня
Карпова Н.С. 76
- Как оценить и управлять качеством и конкурентоспособностью
товаров и услуг
Фасхиев Х.А. 88

БИБЛИОТЕКА РОАТ

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Кооперация регионов как фактор повышения конкурентоспособности близлежащих территорий
Волков С.К. 103

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Как «большие данные» освобождают исследования от лишней рутины 108
- Перспективы изучения мимики в исследованиях рекламы 113
- Измерения брендов: значимые отличия
Фролов Д.Л. 118

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

- Сеть Интернет как канал рекламы для продвижения объектов недвижимости и сопутствующих услуг
Лавриненко Я.Б., Тинякова В.И. 125

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

- Три правила успешной программы лояльности
Бровко Д.А. 132

ПОСТ-РЕЛИЗ

- Филип Котлер остался доволен уровнем российских маркетологов 134
- Abstracts* 135
- Требования к статьям, направляемым в редакцию на рассмотрение к публикации в научно-практический журнал «Маркетинг в России и за рубежом»* 140

ЗАО «Финпресс»

Главный редактор
Голубков Е.П.

Ответственный секретарь
Федюхина Г.И.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

- Азоев Г.Л.**, д-р экон. наук, профессор, директор Института маркетинга, зав. кафедрой маркетинга ФГБОУ «Государственный университет управления»
- Ноздрева Р.Б.**, д-р экон. наук, профессор, МГИМО (У) МИД РФ
- Попов Е.В.**, д-р экон. наук, д-р физ.-мат. наук, профессор, член корреспондент РАН, Институт экономики УрО РАН
- Проценко О.Д.**, д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
- Соловьев Б.А.**, д-р экон. наук, профессор, Красногорский филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ
- Шишкин А.В.**, д-р экон. наук, профессор, РЭУ им. Г.В. Плеханова
- Phillip Kotler**, professor, Marketing Department, Kellogg School of Management, Northwestern University, USA
- Martin Lindstrom**, expert on branding, Denmark
- Alan Wilson**, Scottish Council Development and Industry, Great Britain
- Yusho (Ken) Kinoshita**, Advisor to President of TOHMEI in the areas of Marketing & Contract and Corporate Strategy (Japan)