

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 4 (102) — 2014

СОДЕРЖАНИЕ

16+

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Маркетинг в ценностно-стоимостном управлении компанией <i>Неретина Е.А.</i>	3
--	---

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Диверсификация как основа долгосрочного устойчивого развития <i>Зимица Т.В., Меркушин А.В.</i>	10
---	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Роль коллективных сообществ в формировании и развитии деловой репутации промышленных компаний в современных условиях <i>Плещенко В.И.</i>	15
--	----

Роль PR-деятельности при формировании положительной деловой репутации компании в условиях социально ориентированной экономики <i>Морозова И.А.</i>	23
---	----

Концептуальный подход к оценке эффекта и эффективности коалиционных программ лояльности <i>Сидорчук Р.Р.</i>	29
---	----

Использование инструментов маркетинга в деятельности компании «Абрау-Дюрсо» <i>Панова Е.А.</i>	44
---	----

Особенности работы с фотографическими изображениями для создания рекламных сообщений <i>Иванова В.А.</i>	49
---	----

Две стороны одной медали. Мифы <i>Шкляр Т.Л., Акаёмова А.В.</i>	56
--	----

Управление процессом организации выставок и ярмарок <i>Молькин А.Н., Акифьев И.В.</i>	61
--	----

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Способы реализации маркетинговой функции на предприятии <i>Сабурова М.М.</i>	69
---	----

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Практико-ориентированное формирование ассортиментной стратегии на внешнеторговом рынке <i>Губанов Р.С.</i>	75
---	----

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Соответствие цены автомобилей в сегменте легких коммерческих автомобилей их потребительским характеристикам (Окончание. Начало см. в № 3 за 2014 г.)

Корнилов Д.А., Шапкин Е.И...... 84

Как оценить и управлять качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг (Окончание. Начало см. в № 3 за 2014 г.)

Фасхиев Х.А......92

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Обзор стратегий контрмаркетинга в сфере быстрого питания в США

Колпакова А.А.101

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Роль маркетинга в консультативных продажах

Нил Рекхэм......109

КАНАЛЫ СБЫТА

Совершенствование категорийного менеджмента в розничной торговле модными товарами на основе бюджетирования

Агафонова И.П......114

ИНТЕРВЬЮ

Маркетинговые коммуникации в условиях отраслевых ограничений126

ПУБЛИКАЦИИ

Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2013 г. (второе полугодие)

Лимарев П.В......129

Abstracts137

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»

Грошев И.В., д-р экон. наук, д-р психол. наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, проректор Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина

Ноздрев Р.Б., д-р экон. наук, профессор, МГИМО (У) МИД России

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

Philip 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)