

# МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 5 (103) — 2014

## СОДЕРЖАНИЕ

16+

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

- О понятии «стратегия», ее роли и месте в маркетинговом планировании  
*Голубков Е.П.* ..... 3
- Классификация факторов, влияющих на формирование конъюнктуры  
рынков товаров и услуг  
*Моисеенко И.В., Носкова Е.В.* ..... 21

### МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Методы вычисления рисков размещения рекламы в СМИ  
*Шматов Г.А.* ..... 31

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Геометрические фигуры как коммуникационные средства  
*Шкляр Т.Л., Акаемова А.В.* ..... 39
- Особенности процесса создания креативной рекламы  
(на примере рекламы туристических продуктов  
для людей старшего возраста)  
*Грошев И.В., Михайлова И.Ю.* ..... 46
- Спонсорство в условиях стратегии диверсификации  
*Зимина Т.В.* ..... 52
- Разработка комплекса маркетинговых мероприятий  
по продвижению спортивной одежды магазинами г. Пензы  
*Молькин А.Н., Малышев А.А.* ..... 57
- Влияние рейтинга компаний на стоимость их брендов  
(на примере IT-компаний)  
*Панова Е.А.* ..... 63
- Бренд и брендинг вуза: практический опыт применения  
*Шевченко Д.А.* ..... 72

### ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

- Возможности внедрения новаций при упаковке молочной продукции  
*Губанов Р.С.* ..... 84

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий <i>Воронов Д.С.</i> .....	92
Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия <i>Фасхиев Х.А.</i> .....	103

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинг земельных ресурсов в системе муниципального управления территориями <i>Улицкая Н.Ю.</i> .....	115
---	-----

## ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Концепция использования электронного бизнеса и Интернет-маркетинга <i>Голик В.С., Чжунхуа Ли</i> .....	121
---	-----

## РАЗНОЕ

Торговые предприятия – перспективный вид деятельности в сфере услуг Узбекистана <i>Хусанов Б.К.</i> .....	128
---	-----

## ПУБЛИКАЦИИ

Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2014 г. (первое полугодие) <i>Лимарев П.В.</i> .....	132
<i>Abstracts</i> .....	137

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, про-  
ректор Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина

**Ноздрева 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 государ-  
ственной 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)