

Маркетинг в России и за рубежом

Содержание

№ 1 2010

Обращение главного редактора	3
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА	
Маркетинговая наука — реальность или миф?.. <i>Пархименко В.А., Стреж В.М.</i>	6
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ	
Инновационный маркетинг как инструмент перевода экономики России на новый путь развития <i>Голубков Е.П.</i>	18
МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	
Методы теории массового обслуживания, используемые для оценки качества обслуживания в коммерческом банке <i>Хатмова Е.А</i>	30
ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА	
Сотрудничество с потребителями при создании новых продуктов <i>Короткова Н.Ю.</i>	37
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
Ювелирное выставочное движение России <i>Потоцкая Т.И.</i>	47
Атмосфера магазина как инструмент влияния на потребителя <i>Мотну И.М., Абакумова Л.Н.</i>	53
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	
Использование бенчмаркинга для повышения эффективности и конкурентоспособности деятельности туристских фирм <i>Баумгартен Л.В.</i>	63
Оценка конкурентоспособности инновационного продукта <i>Буймов А.С, Вайсман Е.Д.</i>	74
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Агентство по развитию территорий — ключевое звено инвестиционного маркетинга региона <i>Вялкин А.Г.</i>	80
МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ	
Концептуальные основы построения маркетинговых коммуникаций В2В печатного издания <i>Еленев К.С.</i>	85
НЕКОММЕРЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	
Маркетинговый подход к разработке концепции аудиовизуального продукта <i>Падейский В.В.</i>	92
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Применение российскими компаниями различных маркетинговых стратегий проникновения на рынок Юго-Восточной Азии <i>Чан Ван Линь</i>	101
РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ	
Рынок технологий в России и за рубежом. Лидеры и аутсайдеры <i>Корнилов С.С.</i>	105
ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ	
Имидж власти <i>Горчакова В.Г.</i>	117
Маркетинг как система — к вопросу о некоторых основополагающих понятиях маркетинга <i>Соломонов Л.А.</i>	122
ПУБЛИКАЦИИ	
Новая литература по маркетингу.....	132
Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2009 году.....	138