

Маркетинг в России и за рубежом

Содержание № 2 2011

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

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

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

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

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

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

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

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

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

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

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Совершенствование инвестиционной стратегии как фактор повышения конкурентоспособности страны <i>Бутенко Я.А.</i>	110
--	-----

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

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

ПУБЛИКАЦИИ

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