

# МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 6 (86) — 2011

## СОДЕРЖАНИЕ

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Топология рыночных отношений и место маркетинга  
в системе управления предприятием

*Газарян А.Е.* ..... 3

К вопросу о маркетинговой политике предприятия  
(маркетинговая политика в теории и практике)

*Банчева А.А.* ..... 14

### МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Классификация методов определения емкости рынка  
на основе применяемой маркетинговой информации

*Моисеенко И.В., Носкова Е.В.* ..... 23

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговая безопасность? Принцип работы

*Артемьева Ю.В.* ..... 32

Маркетинговые исследования рынка медицинских изделий  
для сердечно-сосудистой хирургии и оценка эффективности  
их импортозамещения

*Синяева И.М., Салохединова Р.Р.* ..... 38

Исследование IBM выявляет недостаточную подготовленность  
СМО к новым вызовам эпохи цифровых коммуникаций

*Ларин И.С.* ..... 50

Итоги рейтинга популярности аутсорсинга в иностранных компаниях

*Кузнецова Н.А.* ..... 55

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Механизм формирования малобюджетного комплекса  
маркетинговых коммуникаций в условиях дефицита  
финансовых ресурсов компании

*Третьякова Т.С.* ..... 59

Платежные терминалы как интерактивный канал  
рекламных коммуникаций

*Шевченко Д., Луценко Е.* ..... 67

Опыт формирования бренда компании

*Мансуров Р.Е.* ..... 77

Северо-Западный институт  
управления — филиал РАНХиГС  
Информационно-  
библиотечное  
управление

Актуальные тенденции креатива в рекламе <i>Захарова М.К.</i> .....	86
Компания EFES продвигает свое пиво на рынке нестандартными способами <i>Родионова Н.А.</i> .....	89
<b>МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ</b>	
Удержание потребителей и привлечение новых в туризме при наличии дефектов обслуживания и появлении жалоб потребителей <i>Баумгартен Л.В.</i> .....	93
Управленческие технологии государственного регулирования внешней торговли <i>Петросян А.Д.</i> .....	108
<b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ</b>	
Формирование конкурентоспособности туристических услуг <i>Шакина Ж.М., Тлеубердинова А.Т.</i> .....	115
<b>ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ</b>	
Нормативная теория маркетинга. <i>Коновалов Е.В.</i> .....	122
<b>ПУБЛИКАЦИИ</b>	
Товар и модели товара в маркетинге (фрагмент из кн.: <i>Голубкова Е.Н., Сидорчук Р.Р.</i> Маркетинговое управление товаром) .....	136

Издательство «Финпресс»

Главный редактор  
Голубков Е.П.

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:**

**Ноздрева Р.Б.**, д-р экон. наук, профессор, МГИМО (У) МИД РФ

**Панкрухин А.П.**, д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

**Попов Е.В.**, д-р экон. наук, д-р физ.-мат. наук, профессор, 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, 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

**Адрес редакции:**

107392, г. Москва, ул., Просторная, 4.

Тел.: (499) 148-81-34,

148-95-62 (по вопросам  
размещения рекламы).

**Почтовый адрес:** 121096, г. Москва, а/я 58.

E-mail: red@dis.ru

Веб-сайт издательства: <http://www.dis.ru>

Рег. свидетельство № 015507 от 16.12.96

© Издательство «Финпресс», 2011

Полное или частичное воспроизведение или размножение каким-либо способом материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения издательства «Финпресс».

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Цена — свободная