

# МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 1 (87) — 2012

## СОДЕРЖАНИЕ

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Электронный маркетинг-микс: ретроспектива и оценка  
современного состояния

*Оспанова К.К.* ..... 4

«Эмоциональный маркетинг»: миф  
или новая маркетинговая концепция?

*Мазур Е.Е.* .....16

### МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Кластерная модель формирования региональных  
сенсорных предпочтений потребителей при выводе  
на рынок инновационного продукта

*Заворохина Н.В.* ..... 27

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Индивидуально-личностная импликация психических  
процессов в «сценарии» формирования брендового образа  
у потребителя

*Грошев И.В., Краснослободцев А.А.* ..... 35

Анализ неудачной реализации мероприятий  
по событийному маркетингу

*Мансуров Р.Е.* .....41

Совершенствование названий производственных систем

*Чайков М.Ю.* ..... 47

Рекламные стратегии

*Артемяева Ю.В.* ..... 50

### ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Анализ конкурентной среды технопарка:  
методологические основы

*Мальцева А.А.* .....56

### ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Веб-сайт компании как маркетинговый  
коммуникативный инструмент

*Шурчкова Ю.В.* .....66

Интернет-форумы как инструмент маркетинга

*Дейнекин Т.В.* ..... 73

## КАНАЛЫ СБЫТА

|   |    |
|---|----|
| Проблемы корпоративных и государственных закупок<br>в переходной экономике России<br><i>Плещенко В.И.</i> ..... | 79 |
| Дропшипинг – альтернативная инфраструктура сбыта<br>и продвижения<br><i>Калужский М.Л.</i> .....                | 90 |

## ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

|  |     |
|--|-----|
| Нормативная теория маркетинга<br><i>Коновалов Е.В.</i> ..... | 105 |
|--|-----|

## КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

|  |     |
|--|-----|
| Использование телекоммуникационных услуг и Интернета<br><i>Стеценко Ю.В.</i> .....                     | 130 |
| Россияне консервативны в своей любви к брендам<br><i>Шашкин А.В., Фелонина Ю.В.</i> .....              | 133 |
| <i>Список статей, опубликованных в журнале<br/>«Маркетинг в России и за рубежом» в 2011 году</i> ..... | 137 |

---

**Издательство «Финпресс»**

**Главный редактор**  
Голубков Е.П.

**Ответственный секретарь**  
Федюхина Г.И.

### 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», 2012

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

Плата с аспирантов за публикацию ру-  
кописей не взимается.

Цена — свободная.