

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 4 (90) — 2012

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Доверие потребителей как один из ключевых факторов конкурентной борьбы банков <i>Фёдорова Ю.А., Дряблова Е.А., Эрберт Э.Э.</i>	3
Больше позитива <i>Стеценко Ю.В.</i>	9

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Эмоциональные силы мотива выбора бренда в призме поведения потребителя <i>Трошев И.В., Краснослободцев А.А.</i>	13
Как при помощи нехитрых действий превратить потенциальных клиентов в реальных <i>Ковалёв М.Н.</i>	29
Реклама и медиапланирование <i>Шматов Г.А.</i>	32
Особенности эмоционального потребительского поведения <i>Димова Н.Й.</i>	42
Сенсорный брендинг как инструмент коммуникаций <i>Голубкова Е.Н.</i>	47
Концепции ажиотажного спроса <i>Пашути С.Б.</i>	53

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинг наукоемких отраслей (на примере фармацевтики) <i>Симоновская М.Л., Грубман М.А.</i>	65
--	----

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

К вопросу о взаимодействии маркетинговой службы с другими подразделениями на российских предприятиях <i>Сабурова М.М.</i>	74
--	----

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Мировые эксперты о лицензионном рынке России: перспективы развития и мировая практика. По материалам пресс-конференции на выставке LICENSING@RUSSIA <i>Евсеенкова Е.А.</i>	81
---	----

ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА

Диверсификация продуктового портфеля промышленного предприятия: сопутствующие издержки и риски <i>Плещенко В.И.</i>	87
--	----

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Формирование цен на нетопливные товары
в магазинах при автозаправочных комплексах

Ленкова О.В., Дебердиева Е.М., Осинковская И.В......|

КАНАЛЫ СБЫТА

Организация купонных продаж в сети Интернет как направление
развития мультимедийной интеграции в сфере услуг

Панюкова В.В...... I

ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ

Управление разработкой нового продукта:
разбор конкретных ситуаций

Голубков Е.П...... 1

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Первый в России Cashback-маркет ClickAndPay.ru намерен
занять 10% российского рынка онлайн-торговли к 2015 г.

Войцехович-Казанцев К......

Рунет сегодня: цифры, факты, события

Воробьева Е...... 1

SAS — целевой маркетинг для повышения доходности

Исаев С.С...... J

ПУБЛИКАЦИИ

«Конкуренция»: определение понятия и содержательного наполнения

Тарануха Ю.В...... III

Список диссертаций по маркетингу,
защищенных в 2012 г. (1-е полугодие)

Лимарев П.В...... J

Издательство «Финпресс»

Главный редактор

Ответственный секретарь

Голубков Е.П.

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

Цакаев А.Х., д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и го
сударственной службы при Президенте Российской Федерации

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).

Полное или частичное воспр
или размножение каким-либо
материалов, опубликованных:
допускается только с письме
решения издательства «Финп

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

E-mail: red@dis.ru

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

Плата с аспирантов за публи
копий не взимается.

Рег. свидетельство № 015507 от 16.12.96

© Издательство «Финпресс», 2012

Цена — свободная