

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 5 (91) — 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Теоретические подходы к определению понятия и показателей конъюнктуры <i>Романова И.М., Троценко А.Н.</i>	3
Становление понятия «экономическая конъюнктура» <i>Моисеев И.В., Носкова Е.В.</i>	11
Теоретические основы управления инновационной деятельностью вуза: понятие и виды инноваций и инновационной деятельности вуза <i>Романова И.М., Ефремова П.В.</i>	18

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Бренд как «точка роста» территории инновационного развития <i>Трошев И.В., Шапкина Ю.В.</i>	28
--	----

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сведения органов власти, местного самоуправления и некоммерческих организаций как источники маркетинговой информации <i>Петряшов Д.В.</i>	41
Исследование ценовых аспектов снабженческо-сбытовой деятельности предприятий молочного подкомплекса Саратовской области <i>Григчиш М.Н.</i>	51

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Понятия, функции и значение выставочной деятельности <i>Кудряшова О.А.</i>	58
---	----

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Маркетинг информационных технологий: особенности и инструменты <i>Пархменко В.А., Стреш В.М., Бондаренко М.Н.</i>	72
--	----

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Формирование конкурентной стратегии морского транспортного узла в контексте институционального подхода и маркетинга взаимодействия <i>Ботнарюк М.В.</i>	86
Учет мнений потребителей при выборе параметров нового изделия <i>Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В.</i>	92

МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК

Применение продуктового подхода к организации отбора поставщиков в рамках процесса закупок
Плеценко В.И. 114

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Персональные данные: защитить нельзя продать
Вагнер К.Р., Жеребенкова Н.В. 124

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Ключевые результаты первого полугодия 2012 г. компании «Связной»
Кацегоров В.В. 128

Презентация самолетов под брендом TUI
Новикова Н.П. 130

Зрители аналогового телевидения на Западе не успевают за изменениями, произведенными цифровым TV
Стеценко Ю.В. 132

ПУБЛИКАЦИИ

Теория и методология современного международного маркетинга
Садченко К.В. 134

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
- Цакаев А.Х.**, д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной 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 воспроизведение или размножение каким-либо способом материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения издательства «Финпресс».

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

E-mail: red@dis.ru

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

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Рег. свидетельство № 015507 от 16.12.96

© Издательство «Финпресс», 2012

Цена — свободная