

МАРКЕТИНГ

В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 2 (94) — 2013

СОДЕРЖАНИЕ

16+

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Современные подходы к пониманию конъюнктуры рынка

Моисеев И.В., Носкова Е.В. 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

SWOT-анализ: существующие методики и пути их совершенствования (Окончание. Начало в № 1 за 2013 г.)

Голубков Е.П. 12

Рейтинг маркетинговой мобильности предприятий

Попкова Е.Г., Хохлова С.В. 25

Анализ сезонности электронной торговли

Шитова Ю.Ю., Строчкина О.Ф. 30

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Количественный анализ процесса информационного обеспечения маркетинга в ИТ-компаниях

Стреж В.М., Пархименко В.А. 40

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Маркетинговые аспекты формирования клиентской базы компании, осуществляющей внутрипортовое экспедирование грузов

Ботнарюк М.В. 51

Брендинг есть сущность, развивающаяся во времени

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. 58

Без вины виноватые... Чувство вины и реклама

Шкляр Т.Л. 68

О коммерческой эксплуатации знаменитостей, или celebrity marketing

Пашутин С.Б. 72

Рекламный образ и стиль: реальность и абстрактность

Беня М.И. 80

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Разработка рекомендаций по развитию эколого-социального маркетинга на примере Пензенской области

Малышев А.А., Зубрилина Е.А. 87

Стратегия управления потребительскими рекомендациями на рынке туристических услуг

Аликина Е.В. 96

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Бизнес-модель компании, базирующаяся
на потребительской ценности

Неретина Е.А.104

Формирование конкурентной позиции товаров особого спроса
(автомобилей премиум-класса) в России

Таппасханова Е.О., Мустафаева З.А., Лигидов Р.М.109

Повышение конкурентоспособности торгового предприятия

Голубкова Е.Н., Полянская И.В., Щукина Ю.120

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Пять заблуждений о HR-брендинге

Белянская О.133

Личный бренд или известность на час

Баева Т.В.137

Работа с клиентской базой — мощный инструмент
продаж вашего бизнеса!

Желяницкая Д.А.140

Издательство «Финпресс»

Главный редактор
Голубков Е.П.

Ответственный секретарь
Федюхина ГИ.

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 раз-
решения 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 ру-
кописей не взимается.

Рег. свидетельство № 015507 от 16.12.96

© Издательство «Финпресс», 2013

Цена — свободная