

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 2 (100) — 2014

СОДЕРЖАНИЕ

16+

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

- Научный метод в рекламе и медиапланировании
Шматов Г.А. 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Генерация идей как этап процесса разработки
нового продукта
Голубков Е.П. 16
- Возможность прогноза курсов валют средствами
анализа социомы валютного рынка
Панушкин В.Г. 28

КАНАЛЫ СБЫТА

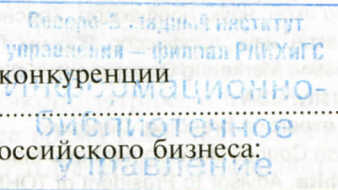
- Маркетинговое сопровождение франчайзинговых проектов
Панюкова В.В. 40
- Секреты формулы продаж: гарантия прибыльности малого бизнеса
Давыдов Ю.К. 48

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Метод тайного покупателя и особенности его применения
в сфере портового бизнеса
Ботнарюк М.В. 54
- Роль эффективных отношений в маркетинге
Белякова Н.А., Галигузова Е.В. 64

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Стратегия поведения в современной конкуренции
Тарануха Ю.В. 68
- Проблемы конкурентоспособности российского бизнеса:
взгляд финансиста
Хотинская Г.И. 85



МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Гендерная специфика стратегического маркетинга
на российском рынке туризма для сегмента потребителей
категории старшего возраста

Грошев И.В., Корчагин Е.П.92

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Аутсорсинг в телекоммуникационном бизнесе:
модели и перспективы

Литовченко И.В. 103

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Маркетинг вуза в Интернете: модель «3-0»

Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. 111

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Маркетинговый обзор рынка подгузников в России

Кутузова Т.Ю.123

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Кризис идей, или Как разбудить креативность

Середа М.Е. 134

Продажи через Интернет для розничного бизнеса

Волков А.Б...... 136

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Модель выпускника с позиции отрасли и вуза:
точки пересечения, мировой опыт

..... 138

ЗАО «Финпресс»

Главный редактор
Голубков Е.П.

Ответственный секретарь
Федюхина Г.И.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Азоев Г.Л., д-р экон. наук, профессор, директор Института маркетинга, зав. кафедрой маркетинга
ФГБОУ «Государственный университет управления»

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

Попов Е.В., д-р экон. наук, д-р физ.-мат. наук, профессор, член корреспондент РАН, Институт
экономики УрО РАН

Проценко О.Д., д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государ-
ственной службы при Президенте Российской Федерации

Соловьев Б.А., д-р экон. наук, профессор, Красногорский филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ

Шишкин А.В., 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

Yusho (Ken) Kinoshita, Advisor to President of TOHMEI in the areas of Marketing & Contract and
Corporate Strategy (Japan)