

# МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 1 (111) — 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

16+

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

- Возвышение потребностей и автомобиль  
*Важенина И.С.* ..... 4

### МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Создание комплекса методов получения аналитических данных  
для разработки брендбука  
*Рахимов Т.Р., Петухов О.Н., Николаенко В.С.* ..... 13
- Адаптивная коммуникационная клиентоориентированная стратегия  
или алгоритм использования программ лояльности  
*Иванюк А.К., Аракелова И.В.* ..... 20

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Корпоративная социальная ответственность как инструмент влияния  
на восприятие бренда  
*Ивашкова Н.И., Чигашева А.А.* ..... 26

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Сущность, особенности разработки и использования фирменного стиля  
гостиничного предприятия в качестве маркетингового инструмента  
*Баумгартен Л.В.* ..... 33
- Конвергенция коммуникаций как основа для оптимального использования  
инструментов продвижения товаров и услуг  
*Киселёв В.М., Савинков С.В., Иванов А.В., Фёдорова А.В.* ..... 46

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Индикаторы конкурентоспособности малого  
и среднего предпринимательства на современном этапе  
*Рыкова И.Н., Губанов Р.С.* ..... 58
- Маркетинг качества как точка роста добавленной ценности продукта  
*Грошев И.В., Краснослободцев А.А.* ..... 65

### МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

- Место и значение компонента «человек» в целостной системе  
маркетинг-менеджмента организаций культуры  
*Самойленко Г.Ю.* ..... 75
- Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)  
*Шекова Е.Л.* ..... 82
- История акционирования как инструмент биржевого маркетинга эмитентов  
*Станиславчик Е.Н.* ..... 88

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Устойчивый подход к продвижению территорий: синергия маркетинга, бенчмаркинга и экологических инноваций <i>Стрекалова А.С.</i> .....	93
--	----

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

В нужном месте в нужное время .....	100
Принятие стратегических решений о маркетинговой деятельности в транснациональных компаниях <i>Тётушкин В.А.</i> .....	106
Международные маркетинговые стратегии развития туризма в странах – участницах Союза для Средиземноморья (на примере Алжира) <i>Ярош О.Б., Митина Э.А.</i> .....	114

## КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Исследование GfK: Продажи БТиЭ в России упали на четверть <i>Быстрицкий М.</i> .....	122
GfK измерила «мягкую силу» 50 стран мира, в том числе России <i>Федотов А.</i> .....	124

## ПУБЛИКАЦИИ

<i>Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2015 г.</i> .....	127
<i>Abstracts</i> .....	133
<i>Требования к статьям, направляемым в редакцию на рассмотрение к публикации в научно-практический журнал «Маркетинг в России и за рубежом»</i> .....	139

---

Журнал входит в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий,  
рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ.

---

**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»

**Грошев И.В.**, д-р экон. наук, д-р психол. наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ,  
проректор Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина

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

**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 государственной службы при Президенте РФ

**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

**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)