

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 6 (104) — 2014

СОДЕРЖАНИЕ

16+

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Дистрибутивная концепция маркетинга для организаций
общественного сектора

Новаторов Э.В. 3

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Использование онлайн социальных медиа и интернет-ресурсов
для определения уровня клиентской удовлетворенности
в сфере гостеприимства

Казаков С.П. 16

Моделирование состояния и развития рынка туристических услуг
Республики Узбекистан

Тураев Б.Х. 28

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Разработка маркетинговых инструментов в социальных медиа
на основе изучения особенностей потребительского поведения

Воронина Л.А., Покуль В.О. 38

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Инновационная маркетинговая политика российских
промышленных предприятий в условиях экономических санкций

Сейфуллаева М.Э., Муртузалиева Т.В. 47

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Формирование атрибутивных сигнатур бренда

Грошев И.В., Краснослободцев А.А. 54

Использование в рекламе современных концепций маркетинга

Ботнарюк М.В. 63

Оценка информационного продукта на региональном рынке
телевизионной информации

Лимарев П.В. 72

Использование инструментов спортивного маркетинга
для продвижения товаров и услуг

Туватова В.Е., Оринчук В.А. 80

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия (Окончание. Начало см. в № 5 за 2014 г.)

Фасхиев Х.А.87

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Становление клиентоориентированного подхода на рынке железнодорожных перевозок посредством диверсификации услуг операторских компаний

Бондаренко В.А., Гузенко Н.В.105

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Профили маркетинговых должностей в ИТ-секторе: обязанности и необходимые компетенции

Стреж В.М., Пархименко В.А., Соколовская Е.И.113

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Перспективы мирового рынка стали

Якубов Н.М.123

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Юбилей плехановского маркетинга

Гринева О.О.131

Пять самых работающих инструментов маркетинга для вашего бизнеса

Хлопецкий Р.С.133

Abstracts135

Требования к статьям, направляемым в редакцию

на рассмотрение к публикации в научно-практический журнал

«Маркетинг в России и за рубежом»140

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

Ноздрев 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 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)