

## СПИСОК СТАТЕЙ, ОПУБЛИКОВАННЫХ В ЖУРНАЛЕ «МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ» В 2012 ГОДУ

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

*Оспанова К.К.* Электронный маркетинг-микс: ретроспектива и оценка современного состояния (№ 1)

*Мазур Е.Е.* «Эмоциональный маркетинг»: миф или новая маркетинговая концепция? (№ 1)

*Карнова Н.С.* Очерк развития российского маркетинга (№ 2)

*Романова И.М., Троценко А.Н.* Теоретические подходы к определению понятия и показателей конъюнктуры (№ 5)

*Моисеев И.В., Носкова Е.В.* Становление понятия «экономическая конъюнктура» (№ 5)

*Романова И.М., Ефремова П.В.* Теоретические основы управления инновационной деятельностью вуза: понятие и виды инноваций и инновационной деятельности вуза (№ 5)

*Сидорчук Р.Р.* Модель маркетинговой экспертной системы в структуре поддержки малых и средних предприятий (№ 6)

*Пиногорский Д.А.* Гендер в современном маркетинге (№ 6)

### МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

*Заворохина Н.В.* Кластерная модель формирования региональных сенсорных предпочтений потребителей при выводе на рынок инновационного продукта (№ 1)

*Антипов Е.А., Покрышевская Е.Б.* Количественный анализ выгод покупателей от использования веб-сервисов для сравнения цен (№ 2)

*Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В.* Оценка соответствия цены товара уровню его потребительских свойств (№ 2)

*Магданов П.В.* Из истории проекта «PIMS»: уроки прошлого (№ 2)

*Былина В.Ю.* Выбор программного обеспечения для прогнозирования продаж (№ 2)

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

*Грошев И.В., Краснослободцев А.А.* Индивидуально-личностная импликация психических процессов в «сценарии» формирования брендового образа у потребителя (№ 1)

*Мансуров Р.Е.* Анализ неудачной реализации мероприятий по событийному маркетингу (№ 1)

*Чайков М.Ю.* Совершенствование названий производственных систем (№ 1)

*Артемова Ю.В.* Рекламные стратегии (№ 1)

*Мансуров Р.Е.* Переход к маркетингу взаимоотношений в компании (№ 2)

*Важенина И.С.* Бренд территории: сущность и проблемы формирования (№ 2)

- Артемяева Ю.В.* Как «подорвать» продажи конкурентов (№ 2)
- Лимарев П.В.* Особенности интеграции печатных СМИ Южного Урала в информационное общество (№ 2)
- Боровкова О.Н.* Применение маркетинговых коммуникаций на электротехническом рынке (№ 3)
- Грошев И.В., Краснослободцев А.А.* Ребрендинг – «лекарство» для здоровья бренда (№ 3)
- Минина Т.Б.* Love-маркетинг – новая парадигма внутриорганизационного маркетинга (№ 3)
- Грошев И.В., Краснослободцев А.А.* Эмоциональные силы мотива выбора бренда в призме поведения потребителя (№ 4)
- Ковалёв М.Н.* Как при помощи нехитрых действий превратить потенциальных клиентов в реальных (№ 4)
- Шматов Г.А.* Реклама и медиапланирование (№ 4)
- Димова Н.Й.* Особенности эмоционального потребительского поведения (№ 4)
- Голубкова Е.Н.* Сенсорный брендинг как инструмент коммуникаций (№ 4)
- Пашутин С.Б.* Концепции ажиотажного спроса (№ 4)
- Кудряшова О.А.* Понятия, функции и значение выставочной деятельности (№ 5)
- Лысенко И.Ю., Поварич И.П., Старикова А.В.* Сбалансированная система показателей по бренду как основа для измерения эффективности ребрендинга (№ 6)
- Прокопеня Н.Я., Стреж В.М., Пархименко В.А.* Продвижение мобильных приложений (№ 6)
- Голубкова Е.Н., Вознесенская Е.А.* Анализ конкурентоспособности рекламного продукта компании «Хайвэй» (№ 6)

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

- Мальцева А.А.* Анализ конкурентной среды технопарка: методологические основы (№ 1)
- Фролов Д.П.* Управление маркетингом российской nanoиндустрии (№ 2)
- Мазина О.В.* Успех инноваций на рынке потребительских товаров: почему потребители не всегда «голосуют» за новые продуктовые предложения любимых марок (№ 2)
- Грошев И.В., Шапкина Ю.В.* Бренд как «точка роста» территории инновационного развития (№ 5)
- Гудицина Е.А.* Насколько эффективен социально ориентированный маркетинг (№ 6)

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

- Ефремова М.В.* Проблемы и перспективы речных круизов для молодежи (№ 2)
- Стеценко Ю.В.* Кому доверяют россияне? (№ 2)
- Ефремова М.В., Мельничкина Н.В.* Проблемы и перспективы развития нижегородского рынка гостиничных услуг (№ 3)
- Фёдорова Ю.А., Дряблова Е.А., Эрберт Э.Э.* Доверие потребителей как один из ключевых факторов конкурентной борьбы банков (№ 4)
- Стеценко Ю.В.* Больше позитива (№ 4)
- Петрашов Д.В.* Сведения органов власти, местного самоуправления и некоммерческих организаций как источники маркетинговой информации (№ 5)

*Гритчина М.Н.* Исследование ценовых аспектов снабженческо-сбытовой деятельности предприятий молочного подкомплекса Саратовской области (№ 5)

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

*Арасланов Т.Н., Васильченко И.В.* Обоснование норматива рентабельности к затратам при ценообразовании производственных услуг агросервисных предприятий (№ 2)

*Ленкова О.В., Дебердиева Е.М., Осиновская И.В.* Формирование цен на нетопливные товары в магазинах при автозаправочных комплексах (№ 4)

## **МАРКЕТИНГ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ**

*Чубикова Т.В.* Маркетинговая стратегия производственной компании радиотехнической отрасли (№ 6)

## **МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ**

*Евсеевкова Е.А.* Самые распространенные вопросы о лицензировании. Итоги встречи «Лицензионный рынок России» (№ 2)

*Мансуров Р.Е.* Реформирование системы продаж в негосударственном образовательном учреждении (№ 3)

*Романова И.М., Шевченко О.М., Полупанова В.А.* Сущность, структура и особенности рынка образовательных услуг (№ 3)

*Туватова В.Е.* Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе (№ 3)

*Пархименко В.А., Стреж В.М., Бондаренко М.Н.* Маркетинг информационных технологий: особенности и инструменты (№ 5)

*Грошев И.В., Корчагин Е.П.* Рынок туристических услуг для людей зрелого возраста: проблемы и перспективы развития (№ 6)

## **МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК**

*Плещенко В.И.* Специфика проблемы «принципал – агент» для коллегиальных органов управления закупками на предприятиях промышленности (№ 3)

*Плещенко В.И.* Применение продуктового подхода к организации отбора поставщиков в рамках процесса закупок (№ 5)

## **ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА**

*Сабурова М.М.* Маркетинговая служба: проблемы внедрения и позиционирования (№ 2)

*Сабурова М.М.* К вопросу о взаимодействии маркетинговой службы с другими подразделениями на российских предприятиях (№ 4)

## **ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА**

*Плещенко В.И.* Диверсификация продуктового портфеля промышленного предприятия: сопутствующие издержки и риски (№ 4)

## **БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ**

*Штейн О.И.* Банковский маркетинг: совершенствование организации обслуживания клиентов (№ 3)

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

*Жукова Е.В.* Интеллектуальная собственность компании как конкурентное преимущество (№ 3)

*Ботнарюк М.В.* Формирование конкурентной стратегии морского транспортно-го узла в контексте институционального подхода и маркетинга взаимодействия (№ 5)

*Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В.* Учет мнений потребителей при выборе параметров нового изделия (№ 5)

*Голубкова Е.Н., Щелак А.* Анализ конкурентоспособности ООО «Канц-Эксмо» (№ 5)

## **ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ**

*Симановская М.Л., Грубман М.А.* Маркетинг наукоемких отраслей (на примере фармацевтики) (№ 4)

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Эффективность креативной составляющей рекламы (№ 6)

Facebook – не рекламная платформа, а экосистема (№ 6)

Второе дыхание баннерной рекламы (№ 6)

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ**

*Сериков Д.А.* Роль маркетинга в посткризисных условиях функционирования региональных рынков жилой недвижимости на примере Краснодара (№ 2)

*Волков С.К.* Особенности региональных стратегий продвижения туристских продуктов (на примере регионов ЮФО) (№ 2)

*Габидинова Г.С.* Маркетинговая трактовка территории (№ 3)

## **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

*Шурчкова Ю.В.* Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент (№ 1)

*Дейнекин Т.В.* Интернет-форумы как инструмент маркетинга (№ 1)

*Брайт И.* Секреты прибыльных интернет-магазинов (№ 6)

## **РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ**

*Фасхиев Х.А.* Российский авторынок: чего ждать после вступления России в ВТО? (№ 3)

*Кацегоров В.В.* Обзор рынка смартфонов в 2010 и 2011 гг. (№ 3)

*Евсеевкова Е.А.* Мировые эксперты о лицензионном рынке России: перспективы развития и мировая практика. По материалам пресс-конференции на выставке LICENSING@RUSSIA (№ 4)

## КАНАЛЫ СБЫТА

*Плещенко В.И.* Проблемы корпоративных и государственных закупок в переходной экономике России (№ 1)

*Калужский М.Л.* Дропшипинг – альтернативная инфраструктура сбыта и продвижения (№ 1)

*Панюкова В.В.* Организация купонных продаж в сети Интернет как направление развития мультимедийной интеграции в сфере услуг (№ 4)

## ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ

*Голубков Е.П.* Управление разработкой нового продукта: разбор конкретных ситуаций (№ 4)

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

*Вагнер К.Р., Жеребенкова Н.В.* Персональные данные: защитить нельзя продать (№ 5)

## ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

*Коновалов Е.В.* Нормативная теория маркетинга (№ 1)

*Смирнов К.А., Никитина Т.Е.* Выявление новой маркетинговой политики – политики возможностей (№ 3)

*Смирнов К.А., Никитина Т.Е.* Становление потребностеведения как предыстория возникновения маркетинга в России (№ 6)

## КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

*Стеценко Ю.В.* Использование телекоммуникационных услуг и Интернета (№ 1)

*Шашкин А.В., Фелонина Ю.В.* Россияне консервативны в своей любви к брендам (№ 1)

*Список статей, опубликованных в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» в 2011 году (№ 1)*

*Виленский М.В., Русланов Д.В.* Маркетинг как инструмент для лидерства в IT-отрасли (№ 2)

*Новикова Н.П.* TUI: итоги продаж в новогодний период (№ 2)

*Мазанов П.В.* Федеральная система «Город»: итоги 2011 г. (№ 3)

*Высочкина А.* QIWI нашла ответ на вопрос «Чего хотят женщины?» (№ 3)

*Куртова Н.В.* Жители многоквартирных домов зря тратят миллиарды долларов (№ 3)

*Евангелева А.С.* Производство кондитерских изделий в России растет (№ 3)

*Буланова Н.Н.* От крыла автомобиля до глобального изменения мира. Как изменить мир, начав с малого? (№ 3)

*Войцехович-Казанцев К.* Первый в России Cashback-маркет ClickAndPay.ru намерен занять 10% российского рынка онлайн-торговли к 2015 г. (№ 4)

*Воробьева Е.* Рунет сегодня: цифры, факты, события (№ 4)

*Исаев С.С.* SAS – целевой маркетинг для повышения доходности (№ 4)

*Кацегоров В.В.* Ключевые результаты первого полугодия 2012 г. компании «Связной» (№ 5)

*Новикова Н.П.* Презентация самолетов под брендом TUI (№ 5)

*Стеценко Ю.В.* Зрители аналогового телевидения на Западе не успевают за изменениями, произведенными цифровым TV (№ 5)

*Комиссарова Т.А.* Российские компании предпочитают расти, а не развивать бизнес (№ 6)

*Бурмистров М.Б.* Аналитики INFOLine прогнозируют смену лидера отрасли «Розничная торговля» в конце 2012 – начале 2013 г. (№ 6)

*Стеценко Ю.В.* Выбор потребителя – высококачественная фототехника (№ 6)

*Федяков И.В.* Доля рынков в структуре оборота розничной торговли Российской Федерации продолжает снижаться (№ 6)

*Баева Т.В.* Диалектика событийного маркетинга (№ 6)

*Бурмистров М.Б.* Ижевск признан городом-лидером по насыщенности супермаркетами (№ 6)

*Смирнова Е.И.* Исследование автокредитования в России (№ 6)

## **ПУБЛИКАЦИИ**

*Лимарев П.В.* Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2011 г. (2-е полугодие) (№ 3)

*Тарануха Ю.В.* «Конкуренция»: определение понятия и содержательного наполнения (№ 4)

*Лимарев П.В.* Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2012 г. (1-е полугодие) (№ 4)

*Садченко К.В.* Теория и методология современного международного маркетинга (№ 5)

*Лимарев П.В.* Книги по маркетингу, выпущенные в первом полугодии 2012 г. (№ 6)