

Маркетинг в России и за рубежом

Содержание

№ 2 2010

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

Особенности использования маркетинговых моделей в процессе управления маркетинговой деятельностью компании

Попкова Е.Г., Суворина А.П......3

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Потребительское поведение на рынке инновационных технологий:
моделирование стандартов

Матковская Я.С......12

Создание национального ювелирного бренда как стратегическая инновация

Чертков А.С.22

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Построение алгоритма отбора факторов, влияющих на конъюнктуру товарного рынка

Светлова И. В......30

Удовлетворенность потребителей и ее оценка

Фасхиев Х.А......39

Многокритериальная модель диагностики имиджа марки

Антипов Е.А., Покрышевская Е.Б......54

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Социальные предпосылки идей для становления и развития бренда

Галыбина Е.Ю......60

Паблик рилейшнз как инструмент продвижения справочно-правовых систем

Амирджанова А.Ф......67

Голос в маркетинге медиаперсоны

Горчакова В.Г......72

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Анализ конкурентоспособности текстильных кластеров России.

Оценка качества бизнес-климата

Сомова Е.Ю......77

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинговая стратегия послепродажного обслуживания авиационной техники

Николаев А.М.90

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Концептуальные основы построения маркетинговых коммуникаций B2B
печатного издания

Еленев К.С......97

Определение маркетинга в сфере культуры

Шекова Е.Л......107

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

Развитие российской туристской индустрии в условиях кризиса

Ефремова М.В......115

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Правовые аспекты маркетинговой деятельности

Чубукова Л.В......120

Защита прав потребителей в г. Боровичи

Большакова К.А., Абакумова Л.Н......125

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Имидж и репутация организации: экономическое содержание,
формирование и оценка

Важенина И.С......136