

Маркетинговый инструментарий

- Методика поиска рыночных ниш наукоемких товаров
Токарев Б.Е.

Маркетинговые исследования

- Цена как основной инструмент маркетинговой стратегии туристского предприятия в борьбе за потребительское предпочтение туристов
Волков С.К., Дряблова Е.А.
- Сравнение условий лизинга: как предприятию выбрать оптимальное предложение (по результатам исследования рынка лизинга)
Бойтемиров Т.Ф.

Каналы сбыта

- Управление закупками как инструмент повышения устойчивости промышленного предприятия в рыночной среде
Плещенко В.И.

Маркетинговые коммуникации

- Влияние специфики деятельности морских компаний на выбор маркетинговых коммуникаций
Ботнарюк М.В.
- Проблемы выставочного бизнеса в России
Кудряшова О.А.
- «Экстравагантный» маркетинг
Пашутин С.Б.

Маркетинг в торговле

- Управление торговым маркетингом на предприятиях алкогольной сферы региона
Карева Е.С.

Маркетинг в непроизводственной сфере

- Маркетинговая стратегия центра современного искусства (на примере «Лофт-проекта ЭТАЖИ» в Санкт-Петербурге)
Шекова Е.Л.
Сущность и особенности образовательной услуги
Шевченко О.М.

Международный маркетинг

- SWOT-анализ выхода российских компаний на рынок телекоммуникаций Вьетнама
Чан Ван Линь
- Методическое обеспечение организации управления продвижением промышленной продукции на зарубежные рынки
Петросян А.Д.
- Использование интернет-технологий в международном маркетинге
Голик В.С., Голик С.И.

ИНТЕРВЬЮ

- Интервью с председателем правления
ОАО КБ «Промышленно-финансовое сотрудничество»
Лукьянычевым Олегом Александровичем

ПУБЛИКАЦИИ

- Разработка ПР-программы для международной консалтинговой
компании на российском рынке
Голубкова Е.Н.
- Список диссертаций по маркетингу и рекламе,
защищенных в 2010 г. (2-е полугодие). Часть II
Лимарев П.В.