

МАРКЕТИНГ

В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 1 (99) — 2014

СОДЕРЖАНИЕ

16+

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Потенциальные покупатели электромобилей
не осознают свою личную выгоду

Стеценко Ю.В. 5

Маркетинговые исследования потребительского спроса
на продукты функционального назначения
на примере г. Саратова

Неповинных Н.В. 9

КАНАЛЫ СБЫТА

Как продавать после первой продажи

Рябов А.Г., Бабаев В.Р. 15

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Анализ маркетинговых коммуникаций на рынке
выставочных услуг

Кострова С.В., Фёдорова О.В. 21

Исследование конкурентного рынка выставочных услуг

Симонов К.В. 30

Интерактивные технологии как ключевой фактор
в продвижении бренда вуза

Пономаренко Ю.С., Зубрилина Е.А. 37

Инерционность российского среднего бизнеса —
результат отсутствия брендинговых стратегий

Царегородцев А.В. 44

Культурные ценности и их влияние на маркетинговую
коммуникацию (на примере российской телерекламы)

Ракова О.В., Бэк Чихи 52

Вывеска детского специализированного магазина
как вид наружной рекламы

Данилова А.П., Бахмат Н.В. 68

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинговые решения молокоперерабатывающих
компаний: новации, риски

Губанов Р.С. 79

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Конкурентные цели и преимущества, имидж и репутация
территорий: социологический и маркетинговый анализ
Важенина И.С., Важенин С.Г.86

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

- Исследование интернет-ресурсов г. Магнитогорска
на региональном рынке информации
Лимарев П.В., Лимарева Ю.А.97
- Понятие и значение комплексного интернет-маркетинга
в деятельности предприятий
Данченко Л.А., Дейнекин Т.В.109

КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ

- Аудитория – студенты. Путь к лояльности
Самохина Т.Э.119
- Человек слаб, или Как производители
манипулируют потребителями
Белянская О.Ю.121

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

- Каждому маркетинговому инструменту свое время
Шкляр Т.Л., Акаимова А.В.125

ПУБЛИКАЦИИ

- Список статей, опубликованных в журнале
«Маркетинг в России и за рубежом» в 2013 г.*133

Издательство «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»
- Ноздрева Р.Б.**, д-р экон. наук, профессор, МГИМО (У) МИД РФ
- 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 государ-
ственной 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, проректор по научной деятельности 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)