

# 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

*Abstracts* .....135

*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

**Ноздрева 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)