

МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 3 (107) — 2015

СОДЕРЖАНИЕ

16+

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Антикризисный маркетинг: экономический кризис
и возможности маркетинга в преодолении кризисных явлений
Голубков Е.П. 3
- Особенности функционирования клубов потребителей и поставщиков
промышленной продукции в условиях экономического кризиса
Плеценко В.И. 15

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Анализ и прогнозирование покупательских предпочтений
на основе марковской модели
Сулицкий В.Н. 21

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

- Установление цен на платные образовательные услуги в вузе:
маркетинговый подход
Шевченко Д.А., Калинина Л.Л. 30

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Потребительская культура и логика потребления
Грошев И.В., Краснослободцев А.А. 39
- Имидж бренда как нематериальный актив предприятия
Резник Г.А., Щербаков А.С. 46
- Роль рекламы в продвижении инноваций в некоммерческих организациях
Молькин А.Н., Суханова Т.В. 52

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Разностный метод измерения конкурентоспособности продуктов
Фасхиев Х.А. 57

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

- О внедрении маркетинговых инновационных стратегий
в предпринимательских структурах
Губанов Р.С. 67

МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

- Факторы удовлетворенности услугами чартерной авиакомпании:
исследование на примере российских туристов,
путешествующих в Испанию
Казаков С.П. 73