

**СПИСОК СТАТЕЙ, ОПУБЛИКОВАННЫХ В ЖУРНАЛЕ  
«МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ» В 2016 г.**

**ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА**

- Важенина И.С.* Возвышение потребностей и автомобиль (№ 1)
- Плещенко В. И.* Роль и место клубных институтов в процессах товарообмена и межфирменной координации в условиях новой экономики (№ 2)
- Чулкова Г.В.* Понятие маркетинга сельских территорий (№ 2)
- Короткова Т.Л.* Маркетинговая составляющая социального капитала (№ 2)
- Корнеева И.Е.* Маркетинговый подход к фандрайзингу: теоретический аспект (№ 2)
- Важенина И.С., Волков С.К.* Потребности в туристических услугах и маркетинг в туризме: становление и развитие (№ 4)
- Корнеева И.Е.* Маркетинг в некоммерческом секторе: теоретическое обоснование (№ 5)
- Короткова Т.Л., Болормаа Б.* Концептуальный подход и принципы формирования сбытовой сети при продвижении на рынок потребительских товаров (№ 5)
- Стрекалова А.С.* Мифология пирамиды Маслоу (№ 6)
- Неретина Е.А.* Маркетинг как искусство продаж в обществе потребления (№ 6)

**АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ**

- Сейфуллаева М.Э., Ласкина О.С.* Российский косметический рынок в условиях экономического кризиса (№ 2)
- Муртузалиева Т.В., Сейфуллаева М.Э., Широценская И.П.* Продовольственные санкции и вопросы импортозамещения продуктов питания в России (на примере молочной промышленности) (№ 3)
- Дмитриенко А.Г., Белякова В.А.* Вопросы выбора стратегических маркетинговых решений наукоемкими предприятиями при реализации концепции импортозамещения (№ 5)
- Панова Е.А.* Торговый менеджмент и торговый маркетинг: сходства и различия (№ 5)
- Кенюхова И. Г.* Антикризисный PR в фармацевтической отрасли (№ 6)

**МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

- Рахимов Т.Р., Петухов О.Н., Николаенко В.С.* Создание комплекса методов получения аналитических данных для разработки брендбука (№ 1)
- Иванюк А.К., Аракелова И.В.* Адаптивная коммуникационная клиентоориентированная стратегия или алгоритм использования программ лояльности (№ 1)

*Оганесян А.С., Оганисян И.А.* Особенности критериального метода исследования процесса формирования прибыли от рекламы (№ 3)

*Каткова Я.И.* Оценка взаимосвязи между ATL-затратами и финансовой результативностью бизнеса в России (№ 3)

*Мордашкина Ю.* Сравнительный анализ современных моделей потребительского поведения применительно к развивающимся рынкам (№ 3)

*Сулицкий В.Н.* Экономико-математические методы в принятии маркетинговых решений (№ 4)

*Калабихина И.Е.* Демография о «серебряных» потребителях в России в первой трети XXI века (№ 4)

*Казакова НА., Чернова М.Б.* Бенчмаркинг и прогнозирование вероятности банкротства компаний с использованием методов интегральной оценки финансовых показателей (№ 5)

*Тхориков БА.* Дополненная реальность как инструмент маркетинга: место в концепции маркетинг-микса и перспективы использования (№ 5)

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Ивашкова Н.И., Чыгашева АА.* Корпоративная социальная ответственность как инструмент влияния на восприятие бренда (№ 1)

*Заворохина Н.В., Чугунова О.В.* Маркетинговые аспекты влияния фоносемантического звучания названия товара на сенсорные реакции потребителей (№ 2)

*Ветрова Т.В., Долженко РА., Манин А.В.* Маркетинговые исследования и управление отношениями с клиентами: возможности эффективного сосуществования в организации (№ 2)

*Тхориков БА.* Виральность медицинского контента в социальных медиа (№ 2)

*Анохин Е.В., Анохин В.А.* Конъюнктура рынка как направление маркетинговых исследований (№ 2)

*Голубева М.А., Голубев РА.* Маркетинговое исследование потребительских предпочтений в сфере киноиндустрии (№ 3)

*Краснословцев А.А., Грошев И.В.* Аналитика российских профильных журналов по маркетингу за 2015 год (№ 4)

*Лимарева ЮА.* Исследование потребителей внутреннего туризма в Республике Башкортостан (№ 4)

*Долженко РА.* Организация маркетинговых исследований в коммерческом банке (№ 5)

*Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Мешков А.А., Мусатов Б.В., Ефимова Д.М., Тультаев ТА., Евсеева Д.* Концепция волновых маркетинговых исследований для изучения ценностных ориентиров студенческой аудитории (№ 6)

*Киселёв В.М., Савинков СВ.* Маркетинговое исследование клиентской удовлетворенности таксомоторными перевозками пассажиров крупнейших аэропортов мира (№ 6)

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

*Ернaк А.И.* Обоснование тактических ценовых мероприятий для торговых организаций, функционирующих на потребительском рынке (№ 5)

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

*Баумгартен Л.В.* Сущность, особенности разработки и использования фирменного стиля гостиничного предприятия в качестве маркетингового инструмента (№ 1)

*Киселёв В.М., Савинков С.В., Иванов А.В., Фёдорова А.В.* Конвергенция коммуникаций как основа для оптимального использования инструментов продвижения товаров и услуг (№ 1)

*Чибикина Т.В.* Комплекс продвижения риэлтерской услуги на рынке недвижимости г. Омска (№ 4)

*Морозова И.А., Гущина К.Г., Витальева Е.М., Оленева А.В.* Применение интернет-коммуникации при реализации социальных проектов (№ 6)

*Мальшев А.А., Хазова Я.С.* Совершенствование стратегии продвижения бренда Kaleva на примере ЗАО «Оконная мануфактура» (№ 6)

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА**

*Кетова Н.П., Семёнова Н.С.* Внутриорганизационная интеграция как эффективное направление развития маркетинга взаимодействия в IT-компаниях (№ 4)

*Левандовская Е.А.* Разработка программы лояльности для торговой сети (№ 5)

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

*Рыкова И.Н., Губанов Р.С.* Индикаторы конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства на современном этапе (№ 1)

*Грошев И.В., Краснослободцев А.Л.* Маркетинг качества как точка роста добавленной ценности продукта (№ 1)

*Голубева М.А.* Конкурентное позиционирование хозяйствующих субъектов российского рынка печей для бань (№ 2)

*Фальцман В.К.* Маркетинговые исследования конкурентоспособности внешнеэкономической деятельности (№ 4)

### **ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

*Ваничева Е.А., Никифорова С.В.* Формирование современной системы маркетинговых инструментов стартапа на базе разработанной модели жизненного цикла (№ 6)

### **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

*Зеркалий Н.Г.* Трансформация взаимоотношений с потребителем в условиях развития интернет-бизнеса (№ 2)

*Андреев С.Н., Евсеева Д.* Особенности поведения потребителей интернет-торговли (№ 3)

*Гренков В.Ю.* Нужно ли маркетологу «уходить в облака» (актуальность облачных вычислений в деятельности маркетологов) (№ 3)

*Тётушкин В.А.* Эффективное маркетинговое управление медиапланированием в сети Интернет (№ 3)

*Исаева Е.В.* Ключевые метрики эффективности контент-маркетинга (№ 5)

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ**

*Стрекалова А.С.* Устойчивый подход к продвижению территорий: синергия маркетинга, бенчмаркинга и экологических инноваций (№ 1)

*Лимарев П.В., Субач И.А., Лимарева Ю.А.* Имидж г. Магнитогорска в сознании его жителей (№ 2)

*Анохин Е.В.* О влиянии политического маркетинга на региональный маркетинг (№ 5)

*Стрекалова А.С.* Бенчмаркинг в экологическом маркетинге территорий (№ 5)

*Сажина А.М.* Сопроизводство в территориальном маркетинге (№ 6)

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

В нужном месте в нужное время (№ 1)

*Тётушкин В.А.* Принятие стратегических решений о маркетинговой деятельности в транснациональных компаниях (№ 1)

*Ярош О.Б., Митина Э.А.* Международные маркетинговые стратегии развития туризма в странах - участницах Союза для Средиземноморья (на примере Алжира) (№ 1)

*Золотарёв А. В., Золотарёва М.Н.* Анализ опыта реализации событийного маркетинга в США (№ 5)

*Симонова-Хитрова М.Ю.* Маркетинговые технологии производителей вина Бордо (№ 5)

## **РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ**

*Турсунов Ш.А.* Анализ современного состояния рынка информационно-коммуникационных технологий в Республике Узбекистан и перспективы его развития (№ 3)

*Фасхиев Х.А.* Рынок международных автомобильных перевозок России (№ 4)

*Митина Э.А.* Формирование спроса на продукцию органического производства (№ 4)

*Сейфуллаева М.Э., Беленикина М.Г.* Рынок молочной промышленности России: состояние и перспективы (№ 6)

*Тётушкин В.А.* Анализ рынка торговой недвижимости в условиях кризиса (№ 6)

## **МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ**

*Самойленко Т.Ю.* Место и значение компонента «человек» в целостной системе маркетинг-менеджмента организаций культуры (№ 1)

*Шекова Е.Л.* Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев) (№ 1)

*Станиславчик Е.Н.* История акционирования как инструмент биржевого маркетинга эмитентов (№ 1)

*Шалыпина М.А.* Клиентоориентированный маркетинг (анализ опыта зарубежных вузов) (№ 2)

*Спирина Н.А.* МІСЕ как инструмент для продвижения вуза на рынке высшего профессионального образования (№ 2)

*Молькин А.Н., Черниковская М.В.* Планирование качества услуг в учреждениях культуры (г. Пенза) (№ 2)

*Самойленко Г.Ю.* Стратегия важных стейкхолдеров как наиболее эффективная маркетинговая стратегия охвата рынка (на примере организаций культуры) (№ 2)

*Евтушенко Е.В., Бых Г.М.* Интеграция методов оценки качества обслуживания в сфере общественного питания (№ 3)

*Калабихина Е.А.* Маркетинг в сфере финансирования киноиндустрии: мировой опыт (№ 3)

*Арипов А.Н. и Данилова А.М.* Маркетинг в сфере телекоммуникаций (№ 3)

*Брагина Е.В., Зайцев Н.В.* Особенности современного маркетинга психотерапевтических услуг: анализ зарубежного опыта (№ 3)

*Улицкая Н.Ю., Чурсин А.И., Ишмятова И.Х.* Мониторинг предложений на первичном рынке жилья в г. Пензе (№ 3)

*Тётушкин В.А.* Маркетинговые стратегии предприятия сервиса (на примере ПАО «Ростелеком») (№ 4)

*Максимова Е.К.* Особенности маркетинговой деятельности культурно-досуговых центров в областных городах (№ 4)

*Самойленко Г.Ю.* Бренд как результирующий элемент маркетинга взаимоотношений организаций культуры (№ 4)

*Тарасов А.А.* Маркетинг облигаций (№ 5)

*Казаков С.П., Предводителева М.Д.* Туристический пакет: что реально нужно российскому путешественнику? (№ 6)

*Корнеева И.Е.* Маркетинговая деятельность российских НКО: взаимосвязь с организационными характеристиками и особенностями управления (№ 6)

## **ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ**

*Неретина Е.А., Бочкина О.Н.* Маркетинг в системе разработки и продвижения программного продукта CrocoTime (№ 4)

*Иванова А.В.* К вопросу сегментирования брендов модной индустрии (№ 4)

## **ОСВАИВАЕМ МАРКЕТИНГ**

*Киселёв В.Д., Рослякова М.В.* Разбор кейса «Допустима ли выгодная торговля красотою малой родины?» (№ 3)

## **ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ**

*Михеев Г.В.* Маркетинговая адаптация бизнес-процессов на рынке недвижимости (№ 6)

### **КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ**

*Быстрицкий М.* Исследование GfK: Продажи БТиЭ в России упали на четверть (№ 1)

*Федотов А.* GfK измерила «мягкую силу» 50 стран мира, в том числе России (№ 1)

*Демидов А.М.* Итоги 15-летней эпохи развития российского потребительского общества (№ 2)

### **ПУБЛИКАЦИИ**

*Лимарев П.В.* Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2015 г. (второе полугодие) (№ 2)

*Панова Е.А.* Книги по маркетингу, вышедшие в 2016 г. (первое полугодие) (№ 5)

*Панова Е.А.* Список диссертаций по маркетингу, защищенных в 2016 г. (первое полугодие) (№ 6)