

# МАРКЕТИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

№ 2 (112) — 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

16+

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

- Роль и место клубных институтов в процессах товарообмена  
и межфирменной координации в условиях новой экономики  
*Плещенко В.И.* ..... 3
- Понятие маркетинга сельских территорий  
*Чулкова Г.В.* ..... 10
- Маркетинговая составляющая социального капитала  
*Короткова Т.Л.* ..... 14
- Маркетинговый подход к фандрайзингу: теоретический аспект  
*Корнеева И.Е.* ..... 18

### АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Российский косметический рынок в условиях экономического кризиса  
*Сейфуллаева М.Э., Ласкина О.С.* ..... 28

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Маркетинговые аспекты влияния фоносемантического звучания  
названия товара на сенсорные реакции потребителей  
*Заворохина Н.В., Чугунова О.В.* ..... 37
- Маркетинговые исследования и управление отношениями с клиентами:  
возможности эффективного сосуществования в организации  
*Ветрова Т.В., Долженко Р.А., Манин А.В.* ..... 44
- Виральность медицинского контента в социальных медиа  
*Тхориков Б.А.* ..... 56
- Конъюнктура рынка как направление маркетинговых исследований  
*Анохин Е.В., Анохин В.А.* ..... 64

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Конкурентное позиционирование хозяйствующих субъектов  
российского рынка печей для бань  
*Голубева М.А.* ..... 73

### МАРКЕТИНГ В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ

- Клиентоориентированный маркетинг (анализ опыта зарубежных вузов)  
*Шаляпина М.А.* ..... 83
- MICE как инструмент для продвижения вуза  
на рынке высшего профессионального образования  
*Спирина Н.А.* ..... 89

Планирование качества услуг в учреждениях культуры (г. Пенза) <i>Молькин А.Н., Черниковская М.В.</i> .....	95
Стратегия важных стейкхолдеров как наиболее эффективная маркетинговая стратегия охвата рынка (на примере организаций культуры) <i>Самойленко Г.Ю.</i> .....	102
<b>ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ</b>	
Имидж г. Магнитогорска в сознании его жителей <i>Лимарев П.В., Субач И.А., Лимарева Ю.А.</i> .....	108
<b>ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ</b>	
Трансформация взаимоотношений с потребителем в условиях развития интернет-бизнеса <i>Зеркалий Н.Г.</i> .....	118
<b>КОРОТКИЕ СООБЩЕНИЯ</b>	
Итоги 15-летней эпохи развития российского потребительского общества <i>Демидов А.М.</i> .....	126
<b>ПУБЛИКАЦИИ</b>	
Список диссертаций по маркетингу и рекламе, защищенных в 2015 г. (второе полугодие) <i>Лимарев П.В.</i> .....	128
<i>Abstracts</i> .....	133

---

Журнал входит в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий,  
рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ.

---

**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

**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 РФ

**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

**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)