ISSN 2304-120X
КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал

Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – URL: https://e-koncept.ru/2016/T45.htm

Оглавление

Богославцева А. И. Развитие маркетинга образовательных услуг 1–6
Борохов Э. А. Социальный пакет как инструмент мотивации персонала 7–12
Овсепян К. Г. Технология активных продаж в сфере образовательных услуг 55–58
Олейник Л. В. Инновационная политика в контексте рыночных отношений 59–62
Поплыко В. И. Использование инновационного менеджмента в бизнесе (на примере ИУП «Косвик») 63–68
Скворцова Е. В. Оценка целесообразности использования вебинаров в процессе обучения 69–74
Никитенкова О. В., Грипалева Н. С. Маркетинг территорий и оценка привлекательности региона на примере г. Смоленска 75–78
Борнин А. И. Особенности маркетинга в государственном и муниципальном управлении 79–82
Станислав С. К. Ценовая политика в сфере услуг 83–85
Мартыновская А. А. Активный туризм: специфика продукта 86–89
Муравьева Т. В. О проблемах проведения маркетинга в сфере услуг 90–93
Никитенкова О. В. Перспективы развития российской системы управления 94–99
Брасс А. А. Проактивность в условиях кризиса 13–16
Никитенкова О. В., Науменко А. А. Значимость исследования отраслевого окружения компании 100–102
Новикова К. И. Репутационный менеджмент и управление репутацией 103–105
Солдатов А. Н. Коммуникационные процессы в управлении 106–108
Фатин В. Д. Коммуникационная политика и маркетинговые технологии компании 109–111
Олейник Л. В., Утарбаева Г. К. Развитие инновационных компетенций малого и среднего бизнеса Каза 112–114
Шакиров И. М. Мотивация – основа управления человеческими ресурсами 115–117
Шевень Л. Н. Экспертное мнение о реализации проекта «Восточное партнерство» 118–119
Муравьева Т. В. Особенности применения системы индикативного управления в стратегическом менеджменте 120–122
Ершова Е. Ю. Проблемы проведения оценки персонала для выявления соответствия компетентностных характеристик стратегическим целям организации 123–125
Ершова Е. Ю. Event-менеджмент: проблемы и перспективы развития 17–20
Зарубина В. Р. Создание площадок для воркаута в городской среде 21–28
Кошевенко С. В. Влияние личностных качеств руководителя на процесс принятия управленческих решений в зависимости от сферы деятельности 29–32
Крылов В. К. Сущность банковского маркетинга 33–37
Миркина О. Н. Тенденции развития внешнеэкономической деятельности смоленской области 38–45
Кошевенко С. В., Земцова А. В. Маркетинговое исследование рынка котрольно-измерительных приборов и автоматики г. Смоленска и Смоленской области 46–51
Новикова К. И. Об особенностях руководства и лидерстве 52–54