

**Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2015. - № S24. -
URL: <https://e-koncept.ru/2015/S24.htm>**

Оглавление

Ершов В. Е. Тенденции развития цифровых каналов брендированных коммуникаций	1-5
Бондаренко В. А., Воронова Р. С. Проведение SWOT-анализа в рыночной активности фирмы на примере ООО «Каргилл»	6-10
Осовцев В. А., Рыков М. В. К вопросу о сущности стратегического маркетинга	51-55
Писарева Е. В. Развитие теории маркетинга в условиях современной «избыточной экономики»	56-60
Пономарева А. М., Михеева Т. С. Бренддинг детских продуктов как инструмент холистического маркетинга: постановка проблемы, основная гипотеза	61-65
Бондаренко В. А., Зверева С. Р. Построение долгосрочных взаимоотношений с потребителями в рамках эволюционирования маркетинга компании	11-15
Бондаренко В. А., Козлов А. В. Вопросы привлекательности въездного туризма в Ростовской области на основе культурно-исторического мотива	16-20
Бондаренко В. А., Миргородская О. Н. Маркетинговые исследования товарной категории молочных проду	21-25
Бондаренко В. А., Сулименко О. В. «Человеческий» и «социальный» капитал: особенности вывоза из Росс	26-30
Бондаренко В. А., Миргородская О. Н., Дадаян Н. А. Этапы разработки и реализации программы мерчандайзинга компании-поставщика потребительских товаров массового спроса	31-35
Иванченко О. В., Семерникова Е. А. Концепция маркетинга партнерских отношений в деятельности предприятий малого бизнеса	36-40
Кундрюков С. С., Козлов А. В. Проблемные аспекты управления в рамках переходного периода к Евразийскому экономическому союзу	41-45
Емельяненко И. С., Костоглодов Д. Д. Организационные маркетинговые решения повышения конкурентоспособности розничного торгового предприятия	46-50