

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Альхимович Е.И.</i> Ценовые стратегии в комплексе маркетинга	5
<i>Белокринкин В.Д.</i> Принципы формирования систем управления маркетингом предприятий	7
<i>Бобровская О.А.</i> Совершенствование структуры управления торгового предприятия.....	11
<i>Бука С.</i> Тенденции развития обучения на русском языке в Латвии.....	13
<i>Васильева Г.</i> Стратегическое планирование на предприятии.....	15
<i>Велесько Е.И., Логинов П.П., Неправский А.А.</i> Нечеткий (FUZZY) качественный анализ альтернатив при выборе маркетинговой стратегии предприятия.....	19
<i>Демченко Е.В., Акулич И.Л.</i> Маркетинговые исследования ценовой политики.....	25
<i>Демченко Е.В.</i> Методологические аспекты принятия маркетинговых решений в условиях риска.....	28
<i>Дронин А.М.</i> Цели и принципы маркетинга.....	30
<i>Дубра Э.</i> Аспекты Европейской конвергенции и интеграции Латвии в Европейский Союз.....	33
<i>Дурасов А.С.</i> Основные тенденции совершенствования товародвижения	41
<i>Жилинская Н.Н., Зорина Т.Г.</i> Конкурентные преимущества фирмы «Милавица»	45
<i>Зеньков В.С., Разумова С.В.</i> Теоретическое моделирование управления маркетингом	48
<i>Зеньков В.С.</i> Оценка вероятности формирования случайной информации в управлении маркетингом	53
<i>Зорина Т.Г.</i> Сегментация рынка топливно-энергетических ресурсов	59
<i>Карачун О.Р.</i> Институт финансового посредничества: становление и развитие	66
<i>Киселева С.В.</i> Особенности маркетинга в банке	70
<i>Климченя Л.С.</i> Товарная специализация как фактор, обеспечивающий конкурентоспособность розничного торгового предприятия	74

<i>Короленок Г.А., Кругляков К.П.</i> Развитие специальных экономических зон в Китае	78
<i>Коротчикова И.В.</i> Особенности спроса и торгового обслуживания сельского населения	80
<i>Косаревский И.Л.</i> Интернет как инструмент маркетинга	87
<i>Кашанская И.П.</i> Проблемы функционирования картофелепродуктового комплекса РБ	90
<i>Маклакова О.М.</i> Совершенствование рекламной деятельности в Республике Беларусь	93
<i>Михолап С.В.</i> Организация подготовки и участия фирмы в работе выставки (ярмарки)	96
<i>Мишкевич М.В., Эльфер Ж.-П.</i> Управление человеческими ресурсами как обязательный компонент стратегии современного предприятия	104
<i>Праневич А.А.</i> Формирование конкурентной среды предпринимательства	110
<i>Протасеня В.С.</i> Опыт и проблемы становления маркетинга в промышленном секторе республики	114
<i>Разумова С.В.</i> Инновационно-маркетинговая стратегия как средство решения продовольственной проблемы	117
<i>Решина Г.А.</i> Инструменты монетарной политики Банка Латвии	120
<i>Ратанова И.С.</i> Обеспечение качества товаров как составляющая часть маркетинговой деятельности	123
<i>Стасюкевич С.В.</i> Маркетинговые исследования потребителей	127
<i>Стеценко И.П.</i> Развитие процессов интеграции в Европе	131
<i>Стрельченко В.Ф.</i> Методология оценки эффективности внедрения информационных систем (ИС)	134
<i>Тихоненко Т.П.</i> Государственное регулирование рекламной деятельности	139
<i>Удовенко В.М.</i> Логистический подход к товародвижению	143
<i>Устищенко О.В., Дурасов А.С.</i> Концепция формирования товарной политики как следствие эволюции технологий маркетинга	148

<i>Флерко С.Л.</i>	
Обеспечение качества товаров по стадиям жизненного цикла	152
<i>Цыганков А.А.</i>	
Совершенствование ценообразования в Республике Беларусь	157
<i>Черник Н.Ю.</i>	
Обеспечение правовой охраны товарных знаков	160
<i>Черненко О.</i>	
Многоуровневый маркетинг и возможности его развития	165
<i>Шалковская Е.И.</i>	
Рынок алкогольных напитков: социально-экономические проблемы	169
<i>Шалковская Е.И.</i>	
Развитие маркетинговых коммуникаций как следствие развития сети Интернет	172
<i>Шеврук С.В.</i>	
Интеграционная политика и глобализация мировой экономики	174
<i>Шумских И.С.</i>	
Организация маркетинговой службы на предприятии	179
<i>Щербич Г.А., Анохина Н.Н.</i>	
Оценка эффективности маркетинговой деятельности	183
<i>Янчук А.Л.</i>	
Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности	187