

Практический маркетинг

№ 2 (132) 2008

Информация для Маркетинговых Решений

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие. От учредителей Би-Си-Ай Маркетинг

Практический маркетинг. Сигнальный номер

Практический маркетинг. № 1. 1997 (фрагмент)

Реклама

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:
ООО «Агентство BCI Marketing»

РЕДАКЦИЯ:
Сурен Григорян
Татьяна Чудина
Михаил Краевский
Владимир Боушев
Борис Кузьмин

Корректор:
Эдит Соломахина

АДРЕС РЕДАКЦИИ:
107392, Москва,
ул. Мал. Черкизовская, д. 66
Тел./факс редакции:
(499) 168 3093, (495) 956 7027
E-mail: info@bci-marketing.ru
http://www.bci-marketing.ru

Издание зарегистрировано
в Гос. Комитете РФ по печати.
Свидетельство о регистрации
№ 016349 от 11.07.1997 г.
Перерегистрировано
в Министерстве РФ по делам печати,
телерадиовещания и
средств массовой коммуникации.
Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-11651 от 21.01.2002 г.

Издается с января 1997 г.
Выходит ежемесячно.

Тираж 900 экз.

Распространяется по подписке.
Подписные индексы:
48668 — каталог «Роспечать»
40582, 43640 — Объединенный
каталог «Пресса России»
Альтернативная подписка:
Агентство «Интер-почта»:
тел.: (495) 925 1606

Оформить подписку
можно также через редакцию.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Галицкий Ефим Борисович, к. э. н., ведущий специалист Фонда «Общественное мнение», доцент кафедры «Маркетинг» факультета «Менеджмент» ГУ Высшая школа экономики;

Никишкин Валерий Викторович, к. э. н., профессор кафедры маркетинга РЭА им. Г.В. Плеханова;

Панкрухин Александр Павлович, д. э. н., профессор, зам. зав. кафедрой общего и специального менеджмента Российской академии госслужбы при Президенте РФ;

Парамонова Татьяна Николаевна, д. э. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и рекламы РГТЭУ, доцент факультета Коммерции и Маркетинга;

Платонова Наталья Алексеевна, д. э. н., профессор, проректор по научно-исследовательской работе МГУ Сервиса;

Шевченко Дмитрий Анатольевич, д. э. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и рекламы, начальник Управления маркетинга и рекламы РГГУ, руководитель цеха «Образование» Пялдии Маркетологов.

Материалы для публикации
принимаются
только в электронном виде.
Рукописи не возвращаются.
Перепечатка материалов
только с разрешения редакции.

Дорогие друзья и коллеги!

Нашему издательству исполнилось 15 лет.

Все эти годы мы старались знакомить вас с передовыми достижениями научной и творческой мысли в маркетинге и рекламе. Хотелось бы верить, что наши труды были вами оценены и принесли реальную пользу вашему бизнесу, научной деятельности и послужили открытию новых горизонтов познания нашего изменчивого мира.

Но не только нашим трудом создавались эти издания. Отдельной благодарности заслуживают наши уважаемые авторы, благодаря которым и создавалась эта творческая атмосфера редакционной жизни, позволившая в течение многих лет плодотворно работать на благо наших многочисленных читателей и подписчиков.

Мы не сможем привести здесь всю ретроспективу публикаций, но в ближайших двух номерах мы хотим познакомить наших читателей с первыми номерами наших изданий и опубликовать подборку лучших статей за прошедшие годы.

Пусть это будет наш подарок вам.

Вы сами сможете оценить: с чего все начиналось, как развивался рынок маркетинга, и как выросло качество наших изданий, какие проблемы волновали профессиональное сообщество, кто был и кто остался на рынке, какие тенденции победили, а какие уже забыты. Надеемся, это будет Вам интересно и, несмотря на наивность некоторых идей, поможет по-новому взглянуть на сегодняшний день.

Владимир Боушев

Уважаемые читатели!

За 15 лет многое изменилось, уже не выходят издания, с которых мы начинали. Приобретая опыт, мы совершенствовались и изменялись. Но костяк команды за это время не изменился, главные редакторы наших основных журналов оставались с нами в течение этих лет.

Пятнадцать лет в масштабах нашей страны, да и всего современного мира — это весьма значительный срок. Очень многое изменилось, компьютеры, на которых верстались наши первые номера, у сегодняшних системных администраторов вызывают смех, а верстальщиков повергают в ужас. Мобильный телефон был роскошью доступной лишь избранным — сливкам российского бизнеса. Столь популярные тогда пейджеры исчезли, как будто их и не было. А какие были цены на недвижимость — ах! — если бы мы тогда знали!

Да многого мы тогда не знали и потому мы там, где мы есть, а не там где могли бы быть. Думаю, многого мы и сейчас не видим и не знаем, и свежесть взгляда никому бы не помешала. Взгляд на прошлое многим поможет лучше понять настоящее и прозреть будущее.

Страна и ее экономика развивались, набирались опыта, переживали взлеты и катастрофические падения, один кризис 1998 года чего стоил. Представления о методах ведения бизнеса претерпели не меньшие изменения, нежели компьютеры. Многие представления образца 1993 года кажутся не менее архаичными, чем 286-е компьютеры.

При взгляде на рекламные бюджеты начала — середины девяностых становится ясно, почему те или иные фирмы занимают лидирующие позиции.

Российский маркетинг тоже изменялся и подстраивался под новые реалии, сходили со сцены маркетинговые агентства и исследовательские фирмы.

У нас родилась идея переиздать наши старые номера, чтобы вы могли увидеть себя и свой бизнес таким, каким он был, когда все только начиналось. **Мы представляем вашему вниманию раритетные журналы в подлинном репринтном исполнении.**

Михаил Краевский