

СОДЕРЖАНИЕ

А. Андропова, Д. Соловьева

Метод формирования имиджа travel-брендов для поколения Z: формирование и реализация решений 4

С. Воронова, А. Астахин, С. Осадчая

Маркетинговые исследования бренда университета 11

М. Зубова, Е. Нуртдинова, В. Кошель

Маркетинговое продвижение благотворительного фонда «Подари жизнь» при помощи PR технологий 17

А. Кравец

Маркетинговые стратегии вузов на рынках ДПО в эпоху холистического маркетинга и цифровой трансформации 25

Н. Логинов, Е. Павлова

Децентрализованный реестр данных как конкурентное преимущество 32

Б. Курилов, Ж. Мусатова

Масштабирование сервисов экспресс доставки FMCG товаров за счет изучения поведения потребителей 39

С. Майоров

Анализ реализации базовых компонентов холодильного оборудования (компрессоров) на примере малого предприятия 44

В. Гузь, А. Малов

Разработка методического подхода к управлению брендом образовательных учреждений высшего образования в области хореографического искусства 50

В. Плотников, А. Гамидова

Сельский туризм: вопросы развития и продвижения 57

А. Рябова, Д. Соловьева

Концепция нормкор-маркетинга как основа метода формирования fashion-брендов 62

В. Сюткин

Анализ воздействия партнерских отношений на конкурентоспособность компаний 67

К. Фомина

Вопросы востребованности «зеленых» инвестиций в маркетинге территории 71

К. Швец

Терминологическая система форсайт-маркетинга: анализ и структуризация 74

С. Щелик, А. Солдатова

Использование нейросетей и возможностей генеративного дизайна в брендинге 78

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:**ООО «Агентство БиСиАй
Маркетинг»****РЕДАКЦИЯ:****Татьяна Попова (гл. редактор)
Михаил Краевский****КОНТАКТЫ:****105203, Москва,
ул. 14-я Парковая, д. 8, этаж 5,
помещ. 1, комн. 1, офис 41
Тел.: 8 (918) 5041937
e-mail: suren@bci-marketing.ru
https://www.bci-marketing.ru****Издание зарегистрировано
в Гос. Комитете 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.****Журнал находится
в доступе:****https://bci-marketing.ru/
https://elibrary.ru/
title_about.asp?id=8995;
https://cyberleninka.ru/journal/n/
prakticheskiy-
marketing?i=1053141****Материалы для публикации
принимаются
только в электронном виде.
Перепечатка (в том числе
публикация в Интернете)
материалов только
с разрешения редакции.****FOUNDER AND PUBLISHER:
“Agency BCI Marketing” Ltd.****Tatyana Popova (chief editor)
Michael Kraevskiy****Office 41, room 1, floor 5,
14th Parkovaya st. 8,
Moscow, 105203, Russia****Tel.: +7 (918) 5041937
E-mail: suren@bci-marketing.ru
https://www.bci-marketing.ru**

CONTENTS**A. Andronova, D. Solovyova**

Method of Travel-Brands Image Formation for Generation Z: Formation and Implementation of Solutions 4

S. Voronova, A. Astakhin, S. Osadchaya

Marketing Research of the University Brand 11

M. Zubova, E. Nurtdinova, V. Koshelev

Marketing Promotion of the Charity FUND «Gift of Life» With the Help of PR Technologies 17

A. Kravets

Marketing Strategies of Higher Education Institutions on the TVET Markets in the Era of Holistic Marketing and Digital Transformation 25

N. Loginov, E. Pavlova

Decentralized Data Registry as a Competitive Advantage 32

B. Kurilov, Zh. Musatova

Scaling FMCG express delivery services by studying consumer behaviour 39

S. Mayorov

Analysis of Implementation of Basic Components of Refrigeration Equipment (Compressors) on the Example of a Small Enterprise 44

V. Guz, A. Malov

Development of a Methodological Approach to Brand Management of Educational Institutions of Higher Education in the Field of Choreographic art 50

V. Plotnikov, A. Gamidova

Rural Tourism: Development and Promotion Issues 57

A. Ryabova, D. Solovyova

The concept of normcore marketing as a basis for the method of fashion-brands formation 62

V. Syutkin

Analysing the Impact of Partnerships on Corporate Competitiveness 67

K. Fomina

Issues of Demand for «Green» Investments in the Marketing of the Territory 71

K. Shvets

The Terminological System of Foresight-Marketing: Analysis and Structuring 74

S. Shchelik, A. Soldatova

Use of Neural Networks and Generative Design Capabilities in Branding 78