

**СОДЕРЖАНИЕ****В. Жохова, Н. Сапченко**

Социальные сети как инструмент эффективного продвижения коммерческой организации (на примере ИП Корбан И.И., г. Артем, Приморский край) ..... 4

**Д. Тюрин, Д. Богомолов**

Анализ микросреды российского рынка орехов и сухофруктов ..... 15

**В. Жохова, А. Жукова**

SMM как эффективные технологии продвижения строительных услуг (на примере ООО «Сажени» г. Владивостока) ..... 21

**А. Яковлева, А. Солдатова**

Использование искусственного интеллекта в сторителлинге при реализации коммуникационной стратегии бренда ..... 30

**А. Винокуров, А. Жиленко**

Потенциальная экспансия российского FMCG в страны СНГ (на примере шампуней) ..... 36

**Р. Кувшинов, Д. Соловьева**

Подход к управлению потребительским опытом phygital-брендов на основе концепции экосистемы знаний ..... 44

**Е. Скороход, Д. Соловьева**

Проектирование идентичности бренда-вдохновителя в сфере театрального искусства ..... 51

**С. Воронова, А. Астахин, С. Осадчая**

Маркетинговый подход к организации профориентационной работы вуза в условиях цифровизации образовательной среды ..... 58

**Е. Ергалиева, И. Кублин, А. Воронов**

Тенденции в маркетинге отечественного автомобильного рынка в период санкционного давления ..... 64

**К. Барышков**

Использование больших данных для повышения эффективности go-to-market стратегий ..... 70

**А. Кайгородова, Д. Соловьева**

Метод формирования и развития брендов на основе концепции открытого маркетинга ..... 77

**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://elibrary.ru/title_about.asp?id=8995);  
[https://cyberleninka.ru/journal/n/  
prakticheskiy-  
marketing?i=1053141](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****V. Zhokhova, N. Sapchenko**

Social Networks as a Tool for Effective Promotion of Commercial Organization  
(on the Example of Individual Entrepreneur Korban I.I., Artem city, Primorsky Krai) ..... 4

**D. Tyurin, D. Bogomolov**

Analysis of the Microenvironment of the Russian Market of Nuts and Dried Fruits ..... 15

**V. Zhokhova, A. Zhukova**

SMM as Effective Technologies for Promoting Construction Services (on the Example of Sazheni LLC, Vladivostok) ..... 21

**A. Yakovleva, A. Soldatova**

The Use of Artificial Intelligence in Storytelling in the Implementation of Brand Communication Strategy ..... 30

**A. Vinokurov, A. Zhilenko**

Russian FMCG Products Expansion in CIS Region Possibility on Case of Shampoos ..... 36

**R. Kuvshinov, D. Solovyova**

Approach to Customer Experience Management of Phyigital Brands Based on the Knowledge Ecosystem Concept ..... 44

**E. Skorokhod, D. Solovyova**

Designing the Identity of an Inspirational Brand in the Field of Theater Arts ..... 51

**S. Voronova, A. Astakhin, S. Osadchaya**

Marketing Approach to the Organization of Career Guidance Work in a University ..... 58

**Ye. Yergaliev, I. Kublin, A. Voronov**

Tendencies in Marketing of the Other Vehicle Marketing Market in the Sanctionary Pressure Period ..... 64

**K. Baryshkov**

Using big data to improve the effectiveness of go-to-market strategies ..... 70

**A. Kaygorodova, D. Solovyova**

Method of Brand Formation and Development Based on the Concept of Open Marketing ..... 77