

СОДЕРЖАНИЕ

Н. Лесных, А. Созинова, Н. Савельева, О. Фокина

Стоимость бренда региона на примере Приволжского федерального округа 4

Н. Рубайлов, В. Никишкин

Стратегии продвижения и монетизации анимационных проектов в социальных сетях: сравнительный анализ подходов и практик 12

В. Жохова, А. Кусурсуз, Д. Боева

Исследование удовлетворенности потребителей товарами мебельного рынка (на примере ИП Шер Н.З., г. Владивосток) 16

С. Джэндубаева, А. Папулов

Современные риски и стратегии устойчивости брендов в индустрии безалкогольных напитков 24

А. Винокуров, Н. Митрахович, П. Минаев

Методы повышения позиции ВКонтакте в рейтинге социальных сетей России на основе исследования пользовательского опыта 31

Р. Саядян

Влияние внутренних и внешних маркетинговых инструментов на управление поведением потребителей на маркетплейсах 40

М. Понявина, С. Карпова

К вопросу об актуальном состоянии маркетинга инфлюенсеров 46

О. Виничук, В. Ковалева, Н. Виничук

Особенности продвижения бренда региональной клиники женского здоровья на рынке медицинских услуг Приморского края 50

А. Баранова

Формирование элитных услуг в санаторно-курортной сфере 56

С. Осадчая

Спам в контексте нарушения принципов социально-этического маркетинга 61

А. Ена

Понятие промышленного маркетинга и оценка его эффективности 65

В. Гореликов, П. Краснов

Маркетинговые права в спорте — проблемы и возможности 69

В. Конкин

Товар «рабочая сила» в системе маркетинга персонала 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://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)
Mikhail 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

N. Lesnykh, A. Sozinova, N. Savelieva, O. Fokina Brand Value of the Region on the Example of the Volga Federal District	4
N. Rubailov, V. Nikishkin Strategies of Promotion and Monetisation of Animation Projects in Social Networks: Comparative Analysis of Approaches and Practices	12
V. Zhokhova, A. Kusursuz, D. Boeva Study of Customer Satisfaction with Furniture Market Products (on the Example of Individual Entrepreneur Sher N.Z., Vladivostok)	16
S. Dzhendubaeva, A. Papulov Contemporary Risks and Brand Sustainability Strategies in the Soft Drinks Industry	24
A. Vinokurov, N. Mitrakhovich, P. Minaev Methods for Improving VKontakte's Position in the Russian Ranking of Social Networks Based on User Experience Research	31
R. Sayadyan The Impact of Internal and External Marketing Tools on Managing Consumer Behavior on Marketplaces	40
M. Ponyavina, S. Karpova On the Issue of the Current State of Influencer Marketing	46
O. Vinichuk, V. Kovaleva, N. Vinichuk Features of Brand Promotion of a Regional Clinic of Women's Health on the Market of Medical Services in Primorsky Krai	50
A. Baranova Formation of Elite Services in the Sanatorium-resort Sector	56
S. Osadchaya Spam in the Context of Violation of the Principles of Social and Ethical Marketing	61
A. Yena The Concept of Industrial Marketing and Evaluation of its Effectiveness	65
V. Gorelikov, P. Krasnov Marketing Rights in sport — Challenges and Opportunities	69
V. Konkin The Product «Labor Force» in the Personnel Marketing System	77