

Производственно-практический журнал для руководителей и работников подразделений маркетинга, сбыта, внешнеэкономических связей, отделов рекламы и рекламных агентств.

Периодичность выхода – ежемесячно (кроме июня и декабря).

Издается с января 2007.

Учредитель и издатель:

ООО «Промкомплекс»

ли № 02330/0552673 от 08.04.2009 до 30.04.2014.

Управляющий, главный редактор
РУСЕЛЬ Александр Леонидович

Заместитель управляющего по издательской деятельности, редактор

Ольга БАСАЛЫГА
тел. (017) 297-92-35

e-mail: mrs@promkompleks.by

Ведущий научный редактор
Сергей ГЛУБОКИЙ

e-mail: deer@promkompleks.by

Научный редактор
Юлия МАЦКЕВИЧ

Ведущий литературный редактор
Анна СЕЛЕЗНЕВА

Художественный редактор
Лилия Хомич

Стиль-редактирование:

Светлана БУНОС,

Елена ГУЛИДОВА,

Валентина МИКУТИНА,

Светлана СУШКИНА,

Елена ЯКУБОВСКАЯ

На обложке **Сергей СКОРОХОД**

Адрес редакции:

ул. Радиальная, 40-202, 220070, г. Минск,
тел. 297 92 29, тел./факс 297 92 35
e-mail: mrs@promkompleks.by
сайт: www.promkompleks.by

Отдел маркетинга: (017) 210 52 99.

Отдел подписки: (017) 217 57 00, 297 92 38.


Отдел рекламы: (017) 297 92 27.

Материалы, опубликованные в журнале, отражают мнение авторов.

Авторы несут ответственность за достоверность информации, цитат и прочих сведений.

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна.

Редакция оставляет за собой право распространять опубликованные материалы на сетевых и автономных электронных носителях.

Материалы под знаком  публикуются на правах рекламы.

Свидетельство о регистрации периодического издания № 475 от 08.06.2009 выдано Министерством информации Республики Беларусь.

Подписано в печать 02.02.2011.

Тираж 475 экз. Заказ 65.

Цена договорная.

Отпечатано в типографии «АкваРель Принт»

ООО «Промкомплекс».

ЛП № 02330/0552736 от 25.02.2009 до 29.03.2014.

Ул. Радиальная, 40-202, 220070, г. Минск, тел. 217 46 14.

© ООО «Промкомплекс», 2011

2 НОВОСТИ

СОБЫТИЕ

9 Дарья ЛОБАНЬ

NiBrand 2010: взгляд изнутри

ИДЕИ

ТОП-ПЕРСОНА

16 Сергей СКОРОХОД: «Нравится мультик про белку, которая гоняется за своим желудем. Это очень похоже на то, как у нас иногда гоняются за маркетингом...»
(интервью с Сергеем СКОРОХОДОМ. Беседовала Юлия МАЦКЕВИЧ)

ГЕНИИ МАРКЕТИНГА

19 Фердинанд Порше. Путь от лампочки до спорткара

ТЕХНОЛОГИИ

БРЭНДИНГ

24 Маргарита АКУЛИЧ

Страновый брэнд: эффекты ожидаемые и... неожиданные

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

33 Инесса ПОНОМАРЕНКО

О факторах, актуальных для маркетинговых исследований на рынках с низкой платежеспособностью

40 Евгений ОНКИН

«Богатый» или «бедный» – вот в чем вопрос!
(О типичной ошибке в маркетинговых анкетах... и маркетинговых планах)

IT-МАРКЕТИНГ

43 Серж ФЕНЕНКО: «После 10 лет в цифровом маркетинге хочется делать вещи, которые можно потрогать»
(интервью с Сержем ФЕНЕНКО. Беседовала Дарья ЛОБАНЬ)

РЕКЛАМНЫЙ БУМ

46 Елена ГУЛИДОВА

Играем вместе

ПРОМОКОМПЛЕКС

51 Екатерина ЛОСЕВА, Олеся ГОРДЕЙЧИК, Диана СОЛОВЕЦ

Разработка творческой концепции продвижения Республики Беларусь в категории «Развитие туризма». Don't pass BY

57 Наталья ЛЕЩЕНКО: «Те, кто делает такую социальную рекламу, зачастую просто не уважают публику...»

КРЕАТИВ

60 Иван НЕЩАДНЫЙ

Нейминг «по-олбански», или Как вовлечь молодых потребителей в свой маркетинг

УСПЕШНЫЕ ПРОДАЖИ

65 Алексей КОЛИК

«АстероИдеи» в технологиях продаж (продолжение)

ЭКСПОРТНЫЙ МАРКЕТИНГ

71 Сергей МИХОЛАП

Выставки как эффективный инструмент экспортного маркетинга.
Современная концепция выставочной и ярмарочной деятельности (продолжение)

75 Юлия ПРОКОПОВИЧ

Имидж страны. Как это делается

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА

79 Сергей ГЛУБОКИЙ

Инвестиции в маркетинг. К вопросу об оценке эффективности

ПРАКТИКАМ от «МарКИТ» С/Х.иТЕХ.отг

88 Бриф на разработку логотипа и фирменного стиля (версия № 1)

91 Бриф на разработку логотипа и фирменного стиля (версия № 2)

ГУ Витебская
областная библиотека
им. В.И.Ленина