

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

Лиля ХОМИЧ

Стиль-редактирование:

Светлана БУНОС,

Елена ГУЛИДОВА,

Валентина МИКУТИНА,

Светлана СУШКИНА,

Елена ЯКУБОВСКАЯ

На обложке Александра РОГАЧ

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 29.04.2011.

Тираж 475 экз. Заказ 388.

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

СОБЫТИЕ

- 2 Креатив без границ!
- 6 Форум вкуса и аромата
- 11 «Технологии розничной торговли – 2011»

ИДЕИ

ТОП-ПЕРСОНА

- 14 Александра РОГАЧ: «Я мечтаю о том, чтобы понимание необходимости в PR было такое же, как в зубной пасте»
(интервью с Александрой РОГАЧ. Беседовала Юлия МАЦКЕВИЧ)

ГЕНИИ МАРКЕТИНГА

- 17 «Пепси» и «Кока-кола» – маркетинг на фоне истории

ТЕХНОЛОГИИ

БРЭНДИНГ

- 26 Виктор ТАМБЕРГ, Андрей БАДЬИН

Брэнд первого лица

ПРОМОКОМПЛЕКС

- 31 Татьяна БЕРДНИК

Старина или винтаж.

Чем больше антиквариата, тем больше и пиара...

- 34 Марина РОЩИНА

Репутация компании – только ли нематериальный актив?

ЭКСПОРТНЫЙ МАРКЕТИНГ

- 39 Сергей МИХОЛАП

Выставки как эффективный инструмент экспортного маркетинга (продолжение)

МАРКЕТИНГ-ПЕРСОНАЛ

- 45 Анна БРЫЛЕВИЧ

Жизнь по корпоративному кодексу

- 51 Василий ПАЛИЦЫН, Виктория GERMANOVA

Мотивация работников маркетинговых служб на принципах лояльности

- 57 Сергей ГЛУБОКИЙ

Метод Дельфи для установления нормы времени на разработку маркетинг-плана

ПРОДАЖИ

УСПЕШНЫЕ ПРОДАЖИ

- 62 Галина ЯШЕВА

Маркетинговые технологии повышения эффективности продаж в легкой промышленности

- 73 Екатерина ГОТОВЦЕВА

Планирование товарооборота торговой организации

- 76 Алексей КОЛИК

«АстероИдеи» в технологиях продаж

Инструкции для ПРОФЕССИОНАЛОВ

- 86 Сценарии синектических тренингов для подъема корпоративного духа

- 90 Как развивать командный дух в отделе маркетинга
(Синектический тренинг «Люди в команде»)

- 94 Сергей ГЛУБОКИЙ

Инструменты внутреннего пиара.

Частная коллекция

