

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
<i>Н.С. Алексеева, Хуан Синьи</i>	
Перспективы развития интернет-маркетинга в Китайской Народной Республике	8
<i>Н.М. Бычкова</i>	
Реклама в условиях цифровой экономики	15
<i>В.С. Голик, А.С. Сверлов, А.А. Цыганков</i>	
Составляющие эффективной предпринимательской деятельности белорусских промышленных предприятий на рынках	20
<i>Е.В. Демченко</i>	
Формирование концепции маркетинга инноваций на рынке услуг мобильной связи Республики Беларусь	25
<i>Е.С. Другова, Ю.В. Вайрах</i>	
Специфика рекламных кампаний в малом бизнесе: экономические и маркетинговые аспекты	30
<i>Ю.И. Енин, Гу Чжэньпин</i>	
Развитие международной торговли Китая и России с помощью электронной коммерции	34
<i>Ю.А. Жук</i>	
Особенности товара как элемента комплекса социального маркетинга	40
<i>В.С. Зеньков</i>	
Сотворенная эволюция собственно потребителем	46
<i>Ф.А. Ибрагимова</i>	
Ways to increase the efficiency of marketing research in the field of cargo transportation Пути повышения эффективности маркетинговых исследований в сфере перевозке грузов	51

<i>М.К. Измайлов</i> Производственный менеджмент на современном этапе развития цифровой экономики	57
<i>Н.В. Казаченко, Н.Л. Трушкевич</i> Функционально-стоимостный анализ как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия	64
<i>Л.С. Климченя</i> Форма розничной торговли: сущность, виды, гармонизация в Союзном государстве	69
<i>Колесенко К., Праскина К., Лось А.</i> Влияние ИИ на маркетинг и обработку данных	75
<i>Г.А. Королёнок, С.Л. Тришина</i> Цифровая трансформация как концепция развития предприятий	82
<i>А.М. Котов</i> Становление трейд-маркетинга как нового направления в бизнес-среде	88
<i>П.А. Кохно, Ю.И. Енин</i> Коммуникационные инструменты и технологии в управлении развитием промышленности	91
<i>Е.Г. Крылова</i> Брендинг в системе формирования эффективности бизнеса	102
<i>Е.В. Кудасова</i> Нейромаркетинг: перспективы применения в Республике Беларусь	108
<i>А.Е. Кузнецов, С.В. Михолап</i> Стратегия продаж ОАО «ГЗЛиН» в условиях санкций	112
<i>П.В. Латышев, Н.А. Полещук</i> Физиогномика в маркетинге – новая возможность или пустая трата времени?	119

<i>П.Ю. Москаленко, В.С. Зеньков</i> Инструменты и перспективы международного маркетинга для ИТ-компаний	127
<i>А.И. Налитова</i> Возможности применения нативной рекламы в b2b сегменте	133
<i>А.Н. Саевец, Ж.М. Голанова</i> Прикладные аспекты использования поведенческой экономики в маркетинге	140
<i>А.С. Сверлов, В.С. Голик, А.А. Цыганков</i> Промышленная политика Республики Беларусь в условиях программно-целевого подхода планирования экономического развития страны	145
<i>А.С. Сверлов, В.С. Голик, А.А. Цыганков</i> Промышленная политика Республики Беларусь: содержание и оценка эффективности	152
<i>А.И. Субботенко</i> Клиентоориентированность в системе маркетинга	166
<i>Д.О. Тихонович</i> Трансформация инструментов маркетинга	174
<i>М.Г. Туїчиева</i> Current Issues of Strategic Banking Management Актуальные проблемы стратегического банковского менеджмента	181
<i>А.А. Цыганков, А.С. Сверлов, В.С. Голик</i> Оценка эффективности предпринимательской деятельности предприятий в условиях трансформации промышленной политики Республики Беларусь	191