

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| <i>И.Л. Акулич, Е.В. Демченко</i> | |
| Механизм реализации ценовой политики | 6 |
| <i>Т.Н. Беляцкая</i> | |
| Эволюция антикризисного управления | 8 |
| <i>О.А. Бобровская</i> | |
| Развитие фирменной торговли в Республике Беларусь | 12 |
| <i>Е.А. Бортник</i> | |
| Современное состояние международной туристической индустрии | 14 |
| <i>И.С. Бука</i> | |
| Международные налоговые конвенции в практике налогового планирования ... | 17 |
| <i>К.-П. Видманн, С.В. Михолап, Д.А. Иванов</i> | |
| Частное и государственное партнерство – основа эффективного сотрудничества между странами СНГ и Западной Европы | 20 |
| <i>Н.И. Вольнец</i> | |
| Адаптация предприятия (фирмы) к среде международного маркетинга | 22 |
| <i>О.В. Глазкова</i> | |
| Развитие экспорта лесных товаров | 26 |
| <i>Н.К. Глебовская</i> | |
| Аналитическая функция в системе управления школой развития | 28 |
| <i>А.К. Горгес</i> | |
| Прямой маркетинг, маркетинг ON-LINE и электронная торговля..... | 31 |
| <i>Г.Г. Гоцкий, П.Г. Гоцкая</i> | |
| Методологические аспекты исследования кризисов | 34 |
| <i>С.М. Дедков</i> | |
| Матричные модели анализа мирового рынка как инструмент формирования внешнеотраслевой стратегии государства | 38 |
| <i>Е.В. Демченко</i> | |
| Управление рисками в маркетинговой деятельности | 39 |
| <i>А.М. Дронин</i> | |
| Организация маркетинга на предприятиях | 42 |
| <i>А.С. Дурасов, Е.В. Губанова</i> | |
| Определение эффективности рекламных коммуникаций | 45 |
| <i>Л.Д. Зарипова</i> | |
| Культурно-этнографический парк народов Беларуси как центр сохранения и развития общечеловеческих ценностей | 48 |
| <i>В.С. Зеньков, И.Е. Казеко, М.А. Лобанок</i> | |
| Моделирование позиционно-деятельного поведения субъекта рынка | 50 |
| <i>В.Ю. Золоторенко</i> | |
| Информационное обеспечение патентно-правовой защиты разработок | 54 |
| <i>Т.Г. Зорина</i> | |
| Методологические основы сегментирования рынка | 57 |
| <i>В.Б. Зубик</i> | |
| Особенности методов консалтинга предпринимательства | 62 |
| <i>Д.В. Зубик</i> | |
| Основные направления и инструменты обеспечения экономической безопасности предприятий | 65 |
| <i>Н.М. Ильин</i> | |
| Формирование ассортимента товаров во взаимосвязи с модой | 67 |

| | |
|--|-----|
| <i>В.В. Карачун</i> | |
| Понятийный аппарат в управлении товарным ассортиментом предприятия | 71 |
| <i>О.И. Карпеко</i> | |
| Взаимодействие службы маркетинга с подразделениями предприятия | 74 |
| <i>Т.В. Касаева</i> | |
| Оптимизация распределения накладных расходов в управлении затратами | 78 |
| <i>Л.С. Климченя</i> | |
| Влияние информационных технологий на торговые процессы | 80 |
| <i>В.В. Кокарев</i> | |
| Состояние нефтяной промышленности Республики Беларусь | 82 |
| <i>Г.А. Короленок</i> | |
| Государственное регулирование торговли | 86 |
| <i>И.В. Коротчи́кова</i> | |
| Ценовая политика в кооперативной торговле | 88 |
| <i>П.А. Кохно, С.П. Мартысюк</i> | |
| Определение приоритетных российско-белорусских совместных программ | 91 |
| <i>И. Ландо</i> | |
| Применение нестандартных методов в обучении персонала организаций | 95 |
| <i>Ли Чон Ку</i> | |
| Эволюция финансового менеджмента в региональном университете | 99 |
| <i>А.Р. Лизакова, Ю.М. Сапункова</i> | |
| Сегментирование рынка как условие построения модели предпочтения..... | 101 |
| <i>М.В. Мишкевич</i> | |
| Основные особенности регулирования международной миграции рабочей силы | 107 |
| <i>И.Е. Моисеев</i> | |
| Особенности формирования азиатского сектора мирового рынка | 112 |
| <i>Л.Н. Нехорошева, Н.И. Богдан</i> | |
| Региональная инновационная политика Европейского Союза | 115 |
| <i>В. Никифоров, В. Рутманис</i> | |
| Философия науки Ларри Лаунда: методологические проблемы | 118 |
| <i>А.А. Орешенков</i> | |
| Маркетинг в стратегическом менеджменте предприятия | 123 |
| <i>М.В. Петрович</i> | |
| Оптимизация потребительских нормативов в механизме регулирования рынка | 125 |
| <i>Т. Плевако, Л. Плевако</i> | |
| Классификация инвестиций..... | 128 |
| <i>А.А. Праневич</i> | |
| Институциональный подход в экономике | 130 |
| <i>В.С. Пратасеня</i> | |
| Маркетинговая стратегия реформируемой промышленности | 133 |
| <i>В.В. Примшиц</i> | |
| Основные тенденции развития экономических методов управления при созда- нии цивилизованного рынка..... | 138 |
| <i>Н.Л. Прокофьева, Л.В. Демко</i> | |
| Взаимосвязь между управляемостью предприятия и организационно-правовой формой его собственности | 141 |
| <i>О.А. Пузанкевич</i> | |
| Контроль за увеличением денежных средств - как метод управления финансо- вой деятельностью малых предприятий..... | 143 |

| | |
|---|-----|
| <i>С.В. Разумова</i> | |
| Развитие конкурентной среды на основе формирования инновационного климата | 146 |
| <i>Л.К. Ран, Ф. Вилалта</i> | |
| Конкурентоспособность, глобализация и развитие..... | 150 |
| <i>P.J.A. Reusch, P. Reusch</i> | |
| Klassifikation von Waren und Warengruppen zur Unterstutzung des E-Commerce | 153 |
| <i>E. Reshin</i> | |
| Management of product supply in Procter and Gamble | 158 |
| <i>С.А. Самаль</i> | |
| Обеспечение национальных экономических интересов и экономической безопасности государства | 160 |
| <i>Т.Н. Середа</i> | |
| Ценообразование на предприятиях Республики Беларусь | 165 |
| <i>Е.Ю. Соболевский</i> | |
| Оценка эффективности внешнеэкономических связей | 168 |
| <i>К.С. Соколов</i> | |
| Критерии эффективности спортивного менеджмента | 172 |
| <i>В.Ф. Стрельченко</i> | |
| Оценка эффективности внедрения информационных систем (ИС)..... | 174 |
| <i>А.И. Трус</i> | |
| Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия | 178 |
| <i>С.Л. Флерко</i> | |
| Экономическое содержание качества продукции | 182 |
| <i>Е.А. Хартман</i> | |
| Совершенствование ассортиментной политики предприятия | 187 |
| <i>О.В. Циунчик</i> | |
| Тенденции производства и потребления кожаной обуви в Республике Беларусь | 191 |
| <i>О.Г. Черненко</i> | |
| Использование интернет в маркетинге | 193 |
| <i>Н.Ю. Черник</i> | |
| Управление интеллектуальной собственностью как важнейшая составляющая корпоративной стратегии фирмы | 195 |
| <i>И.В. Шаврук</i> | |
| Торговля с Китайской Народной Республикой – динамичное направление во внешнеэкономических связях Республики Беларусь..... | 197 |
| <i>С.В. Шаврук</i> | |
| Стратегические альянсы как форма сотрудничества между фирмами | 199 |
| <i>Е. Шалковская</i> | |
| Формирование регионального стереотипа поведения потребителей | 204 |
| <i>Г.Г. Шиханцов</i> | |
| Экономико-правовой механизм оптимизации интересов участников потребительского рынка | 207 |
| <i>И.С. Шумских</i> | |
| Развитие малого бизнеса в Республике Беларусь | 209 |
| <i>Г.А. Щербич</i> | |
| Совершенствование управления маркетинговой деятельностью на предприятиях Республики Беларусь..... | 212 |
| <i>Н.П. Яровая</i> | |
| Развитие товаропроводящей сети белорусских предприятий | 214 |