

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Авдзенька Ч.М.</i>	6
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫМИ ГРУППАМИ <i>Авдей О.Б.</i>	6
МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА В ЛЕСНОМ ХОЗЯЙСТВЕ <i>Акулич И.Л., Демченко Е.В.</i>	7
ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Акулич И.Л., Черник Н.Ю.</i>	8
СТОИМОСТНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ БРЭНДОМ <i>Алексеев А.А.</i>	10
ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ <i>Алешкевич И.Н.</i>	11
СОЦИАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ <i>Алтышкин В.А.</i>	11
ГЛОБАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ФИРМЫ ИКЕА <i>Амарина И.А.</i>	13
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ В ПРОЦЕССЕ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА <i>Андреева Т.</i>	14
РАЗВИТИЕ РЫНКА АКЦИЗНЫХ ТОВАРОВ В ЛАТВИИ <i>Анохина Н.Н.</i>	15
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Антупенко Д.Г.</i>	16
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ <i>Арбузов Р.В.</i>	17
СОЗДАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА <i>Аришич А.И.</i>	19
РАЗВИТИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ <i>Артемова Ю.Н.</i>	20
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА <i>Архипец Н.Н., Соломенников А.И.</i>	20
МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ <i>Астраханцев С. Е.</i>	21
КОММЕРЧЕСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ <i>Бабанский А.В.</i>	22
СИСТЕМА НЕПРЕРЫВНОГО УЛУЧШЕНИЯ ПРОДУКТОВ И ПРОЦЕССОВ (СНУПП) <i>Бабушкина Е.П.</i>	23
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ЗАДАЧА МЕНЕДЖМЕНТА <i>Бадюков А.Ф.</i>	24
ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Банщиков И.М.</i>	25
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ <i>Барановский С.И.</i>	26
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Барковская Л.С., Шевченко Л.И.</i>	27
ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РОСТА ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ <i>Батюк О.П.</i>	27
ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ <i>Беляцкая Т.Н.</i>	28
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА <i>Богдан Н.И.</i>	30
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА <i>Богданкевич О.А.</i>	31
УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ <i>Богданич Е.А.</i>	32
МОНИТОРИНГ МОТИВАЦИОННОГО КЛИМАТА ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Бондарь А.В.</i>	33
ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТРУДА	33

<i>Бондарь Т.Е., Леутина Л.И.</i>	
ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ	34
<i>Борисевич В.И., Адамчук М.П.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	35
<i>Бортник Е.А.</i>	
ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ	36
<i>Борушко Н.В., Семак К.В.</i>	
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОВАРОВ	38
<i>Бразовская О.С.</i>	
РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	38
<i>Брейво А.Г.</i>	
ЭЛЕКТРОННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ	39
<i>Булгак С.В.</i>	
РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	40
<i>Буменя В.Е.</i>	
ИЕРАРХИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	41
<i>Быков А.А.</i>	
ОПЕРАТИВНОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ	42
<i>Ванкевич Е.В.</i>	
АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	43
<i>Васильева И.В.</i>	
МОДЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ОКУПАЕМОСТИ РЕСУРСОВ В ЛЬНОВОДСТВЕ	44
<i>Ватлин Д.В.</i>	
ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ФИРМЫ ВО ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЯХ	45
<i>Веденин Г.А., Орешников А.А.</i>	
ВОЗМОЖНОСТИ И РИСК ВЫБОРА ВНЕШНИХ РЫНКОВ	45
<i>Вельсько С.Е.</i>	
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА АРХИТЕКТУРУ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	46
<i>Верезубова Т.А.</i>	
СТРАХОВОЙ МАРКЕТИНГ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	48
<i>Вольнец Н.И.</i>	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССА ТВОРЧЕСКОЙ ПРОДАЖИ	49
<i>Гайдова М.В.</i>	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОМ ХОЗЯЙСТВЕ	51
<i>Галко И.К., Ломоносов Е.З.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	51
<i>Гарлэиа Расма, Скворцова Элла</i>	
ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ К ПЕРЕМЕНАМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ	52
<i>Гвоздев С.С., Илюкович А.А.</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ НА БАЗЕ ГЕНЕТИЧЕСКИХ АЛГОРИТМОВ	54
<i>Гейзлер П.С., Коротков М.В.</i>	
ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РАСЧЕТОВ	55
<i>Глубокий С.В. Привалова О.В.</i>	
КОМБИНИРОВАНИЕ СОСТАВЛЯЮЩИХ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА	56
<i>Головенчик Г.Г.</i>	
МИРОВОЙ РЫНОК РЕКЛАМЫ. ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ	56
<i>Голуб М.В.</i>	
ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ	57
<i>Гончаров Г.А., Антонова Е.С.</i>	
БИЗНЕС И ВИРТУАЛЬНАЯ СРЕДА	58
<i>Граценкова Т.М.</i>	
МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	60

<i>Гришевич М.Н., Яковлева Н.М.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	60
<i>Гуз Е.А., Леутина Л.И.</i>	
ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ	61
<i>Гунаре Марина</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИКЕ	62
<i>Гуринович Т.Е.</i>	
РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	63
<i>Гуртовой А.А.</i>	
ОПТИМИЗАЦИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ НОВОГО ПРОДУКТА	65
<i>Дедков П.С.</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИЯМИ	66
<i>Демидова Н.Н.</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕБЕЛЬНОЙ ФИРМЫ	67
<i>Демченко Е.В.</i>	
МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РИСКА	68
<i>Дмитриева Ж.А.</i>	
СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ СИСТЕМ КАЧЕСТВА	69
<i>Дозина Т.Н.</i>	
ОЦЕНКА УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	70
<i>Дорошко И.В., Харченко П.П.</i>	
ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	71
<i>Дорох Е.Г.</i>	
АНАЛИЗ СПРОСА НА УСЛУГИ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА	72
<i>Драгунов Д.В.</i>	
РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ КАК ТРАНЗИТНОЕ ГОСУДАРСТВО	73
<i>Дробышевская В.Н., Лукьянюк Т.М.</i>	
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	74
<i>Дроздов Д.Н.</i>	
СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»	75
<i>Дрошич А.М.</i>	
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ	76
<i>Егоров С.А.</i>	
ОЦЕНКА ВЕНЧУРНЫХ ПРОЕКТОВ	77
<i>Егунов Д.И.</i>	
РОЛЬ ПЛАНИРОВАНИЯ В ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	79
<i>Еремеева И.А.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ РИСКАМИ В БЕЛАРУСИ	79
<i>Еременко М.М.</i>	
СУБЗОНА СВОБОНОЙ ТОРГОВЛИ НА ТЕРРИТОРИИ НАЦИОНАЛЬНОГО АЭРОПОРТА «МИНСК»	81
<i>Ермалович Л.Л.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	81

<i>Ерофеева О.Н.</i>	
ОПЛАТА ТРУДА В МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ	82
<i>Ерчак А.И.</i>	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РФ	83
<i>Ефименко А.Г., Климова Ю.Е.</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ	84
<i>Жамойтина Ю.М.</i>	
СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ	85
<i>Жук И.Н.</i>	
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИМ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ	85
<i>Заева И.П.</i>	
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	87
<i>Зайцева М.А.</i>	
СТРАХОВОЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО РАЗВИТИЕ	88
<i>Зарипова Л.Д.</i>	
МАРКЕТИНГ ГОРОДА	89
<i>Зеленкевич М.Л.</i>	
ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ	90
<i>Зеленковская Н.В.</i>	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	92
<i>Зеньков В.С., Кашикова И.В., Козека И.Е., Зорина Т.Г.</i>	
ЦЕННОСТЬ ИНФОРМАЦИИ	92
<i>Зеньков В.С., Бакулчик В.Н., Кашикова И.В., Лобанок М.А., Левкович А.П.</i>	
РЫНОК КАК САМООРГАНИЗУЮЩАЯСЯ СИСТЕМА	93
<i>Зорина Т.Г.</i>	
КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ	95
<i>Зубик В.Б.</i>	
МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСАЛТИНГА	96
<i>Зубик Д.В.</i>	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ВНЕШНЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	97
<i>Зубик В.Б., Ольферович А.Б.</i>	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕМЕНТА В РФ	98
<i>Зубко Л.Л.</i>	
ТОВАРНЫЕ СТРАТЕГИИ	99
<i>Barbara Iwankiewicz-RakInstitute</i>	
MARKETING ORGANIZACJI NON PROFIT	100
<i>Иванов А.А.</i>	
МАРКЕТИНГ В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА	101
<i>Игнатьева И.Л.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ КАДРАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	101
<i>Калитовский В.В.</i>	
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	102
<i>Калитушкин А.В.</i>	
РЫНОЧНЫЕ ТЕОРИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	103
<i>Кандаурова Г.А.</i>	
ФОРМИРОВАНИЕ ОБЪЕМА ПРОДАЖ	104
<i>Караченцев Т.И.</i>	
УЧАСТИЕ КРЕДИТОРА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	105
<i>Карачун О.Р.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОМ	106
<i>Кардаш Т.А.</i>	
СТАТУС ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ	107
<i>Карпеко О.И.</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	109
<i>Каунова Н.Л.</i>	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И СПРОСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ	110

<i>Кашанская И.П.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ	112
<i>Квасникова В. В.</i> ОЦЕНКА БЛИЗКИХ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	112
<i>Киреева Е. Ф.</i> НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МЕЖГОСУДАРСТВЕННОГО НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	113
<i>Киселева С. В.</i> КОНТРОЛЛИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ	114
<i>Клейман В. В., Метельская Е. В.</i> УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РАБОТНИКА	115
<i>Климович Л.А.</i> ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ «НОВОЙ» ЭКОНОМИКИ	116
<i>Климченя Л.С.</i> ПОКУПКИ В ИНТЕРАКТИВНОМ РЕЖИМЕ КАК ФОРМА ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА	117
<i>Ковган И.П.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА	118
<i>Козлов А. В.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ «СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПОКУПОК» В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ	119
<i>Козлова Г.К.</i> МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	120
<i>Козорез Ю.В.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА	120
<i>Коменда А.И.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	121
<i>Концевой Д.В.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	122
<i>Корженевская Г.М.</i> СТРАХОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ	122
<i>Королев Ю.Ю.</i> ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ	123
<i>Короленок Г.А., Томашевич Т.А.</i> РОЛЬ ВТО В РАЗВИТИИ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	125
<i>Короленок Г.А., Кругляков К.П.</i> СОЗДАНИЕ СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ КИТАЯ	126
<i>Короленок Г.А.</i> ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ РБ – БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ	128
<i>Коротчикова И.В.</i> СБАЛАНСИРОВАНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ РАЙОНЕ	130
<i>Кохно Н.П.</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	131
<i>Кочетов Е.А.</i> ОБЪЕКТИВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ	132
<i>Краснов Ю.Е.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ	133
<i>Krīze Maija</i> DECREASE OF YIELD OF GRAIN IN LATVIA DURING THE TRANSITION PERIOD FROM PLANNED ECONOMY TO MARKET ECONOMY	134
<i>Крум Э.В.</i> СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ И ОПЫТ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ	135
<i>Кузьмичева С.И.</i> МЕНЕДЖМЕНТ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	136
<i>Курилович В.С., Беляцкая Т.Н.</i> УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	136

<i>Курочка Н.А.</i>	
ЛИЦЕНЗИОННАЯ ТОРГОВЛЯ И ЕЕ РАЗВИТИЕ	137
<i>Лабков С.С.</i>	
МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	138
<i>Левкович А.П.</i>	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ЭКСПОРТА	138
<i>Леутина Л.И., Бондарь Т.Е., Якубович В.И.</i>	
ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КОММЕРЧЕСКОГО ВУЗА	140
<i>Ли Чон Ку</i>	
ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ФИРМЫ «WOOD – MIZER»	141
<i>Prof. Dr. Liverani</i>	
MARKETING MANAGEMENT	142
<i>Лизакова Р.А.</i>	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В РБ	144
<i>Лисиченок Е.П.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ РЕГИОНА	145
<i>Лобач А.В.</i>	
РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ	146
<i>Лузин В.И.</i>	
ТЕОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ	147
<i>Луис Коста Ран, Монсеррат Фон Вилалта</i>	
ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЫНКОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ	148
<i>Макаров А.Н.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В БАНКЕ	150
<i>Маковская Н.В.</i>	
СЕГМЕНТАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	150
<i>Малашенко Т.В.</i>	
ЭВОЛЮЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОМ	151
<i>Матвеев Д.Г.</i>	
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ	152
<i>Мацкевич О.Л.</i>	
РИСК И СТРАТЕГИЯ БИЗНЕСА	153
<i>Машарский А.А.</i>	
ОЦЕНКА ДОСТАТОЧНОСТИ КАПИТАЛА ЛАТВИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	154
<i>Melngaiļa Aija</i>	
FOOD MARKETING PRACTICE AT LATVIAN SCHOOLS	155
<i>Месник Д.Н.</i>	
ОБОСНОВАНИЕ ТАРИФОВ НА ЗАГОТОВКУ КОРМОВ МЕХАНИЗИРОВАННЫМИ ОТРЯДАМИ АГРОПРОМТЕХНИК	156
<i>Мешкова И.М.</i>	
ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ	156
<i>Мишевская О.И.</i>	
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	157
<i>Михаловская Ю.В.</i>	
ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ	158
<i>Михолап С.В.</i>	
СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА	159
<i>Мишкевич М.В.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ЗАНЯТОСТИ В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА	160
<i>Моисеева О.П.</i>	
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА	161
<i>Моляко В.Н.</i>	
АТТЕСТАЦИЯ РАБОТНИКОВ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	162
<i>Мудрогелов Д.М.</i>	
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ТОВАРА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	163

<i>Муратова О.В.</i>	
ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	164
<i>Наркевич Л.В., Козлова Л.Г.</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ В ТОРГОВЛЕ	165
<i>Насиловская С.В.</i>	
КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В БАНКОВСКИХ СТРУКТУРАХ	166
<i>Нехорошева Л.Н., Аль-Мумани-Муханнад</i>	
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ОБОСНОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АЛЬЯНСОВ	166
<i>Нехрист О.А., Лизакова Р.А.</i>	
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	168
<i>Никитин А.С., Навалихина Н.В.</i>	
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ: РЕГИОН И ОРГАНИЗАЦИЯ	169
<i>Никифоров В.Е.</i>	
СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В БАЛТИЙСКОМ РУССКОМ ИНСТИТУТЕ	170
<i>Николаева Н.Г.</i>	
ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГА НА НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ	172
<i>Новицкий И.В., Горчакова Е.Н.</i>	
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	173
<i>Олехнович Л.В.</i>	
РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА В АПК	174
<i>Орешенков А.А., Веденин Г.А.</i>	
МАРКЕТИНГ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕГО РАЗВИТИЕ	174
<i>Оскерко Л.А., Оскерко В.С.</i>	
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ОСНОВЕ БАЗ ДАННЫХ	176
<i>Островский А.Г.</i>	
РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	177
<i>Павлов А.Д.</i>	
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	178
<i>Павлючук Ю.Н.</i>	
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ БОЛЬШИХ СИСТЕМ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	178
<i>Панфилова Е.П.</i>	
ИНФЛЯЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ МАРКЕТИНГА	179
<i>Панцулая Н.В.</i>	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ КАРТОФЕЛЯ	180
<i>Петрашевская А.В.</i>	
РАЗВИТИЕ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	181
<i>Петрович М.В., Верейский А.А.</i>	
ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ	181
<i>Платонова Л.А.</i>	
ИНФОРМАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	182
<i>Плевако Т., Плевако Л.</i>	
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ФИРМЫ	183
<i>Плевако Т., Плевако Л.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ	184
<i>Почехина В.В.</i>	
ЭКСПОРТ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ СТРАН СНГ	185
<i>Праневич А.А.</i>	
ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	187
<i>Приходченко О.И.</i>	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	188
<i>Приходько В.В.</i>	
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТРУДА В ТОРГОВЛЕ	189

<i>Протасеня В.С.</i>	РАЗГРАНИЧЕНИЕ ФУНКЦИЙ МАРКЕТИНГА И СБЫТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	190
<i>Пру.: Ф.Е., Гейзлер П.С.</i>	ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	192
<i>Прыгун И.В.</i>	ЦЕНОВОЙ МОНИТОРИНГ РЫНКА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ	192
<i>Пугачёва О.В.</i>	ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ	193
<i>Пузанкевич О.А., Харевич Н.А.</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	194
<i>Разумова С.В.</i>	МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	195
<i>Расацкий О.Г.</i>	РАЗВИТИЕ КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СТРАХОВОГО ПРОДУКТА	196
<i>Решин Эдуард</i>	ПРОБЛЕМЫ ЛАТВИЙСКОГО ТРАНЗИТА	197
<i>Решина Ганна</i>	ПРЕДПОСЫЛКИ ЛАТВИЙСКОГО УЧАСТИЯ НА РЫНКЕ ЕС	198
<i>Ридецкая И.Н.</i>	ФОРМИРОВАНИЕ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	199
<i>Романович М.С.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ	199
<i>Роценко А.В.</i>	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ АГРАРНОГО СЕКТОРА	200
<i>Рубахов А.И.</i>	ЭКСПЕРТНЫЕ МЕТОДЫ В ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	202
<i>Руденков С.В.</i>	РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ	202
<i>Руденков В.М.</i>	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МНОГОПРОФИЛЬНОЙ КОМПАНИИ	204
<i>Рымкевич В.В.</i>	УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ РИСКАМИ	205
<i>Савчук Т.К.</i>	МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ БАНКА	206
<i>Салата Н.К.</i>	УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ПРЕДПРИЯТИЯ	207
<i>Самаль С.А.</i>	МАТРИЦА ВЗАИМОЗАЧЕТОВ	208
<i>Сандомирский Г.Н.</i>	АГРОМАРКЕТИНГ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ	209
<i>Санцевич О.Б.</i>	КОЛЛ-ЦЕНТРЫ КАК ФОРМА ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА	210
<i>Санько Г.Г.</i>	ДЕМОНОПОЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ В БЕЛАРУСИ	211
<i>Свицкий Д.Н.</i>	СИТУАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНФИГУРАЦИЕЙ КОМПАКТНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ	212
<i>Семак Е.А.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГА	213
<i>Семак В.М.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ	213
<i>Сенько А.Н.</i>	СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ	214
<i>Сенько Д.В.</i>	ИНФРАСТРУКТУРА ИМИТИРУЕМОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА	215

Сергиенко Е.В. СТРАТЕГИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОСУЩЕСТВЛЯЮЩЕГО ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ	218
Сергея Т.Н. ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	219
Середич Л.Н. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ В АПК	220
Сидорова А.В. ЭВОЛЮЦИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	221
Силакова Е.П., Макаренко И.В. УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	222
Симанович Н.Н. СЕРТИФИКАЦИЯ ТАРЫ И ТАРОУПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ	222
Skards Ilmars, Zogla Iveta REAL GROSS DOMESTIC PRODUCT PER CAPITA AS AN INDICATOR OF DYNAMICS OF SWITCHING OVER FROM PLANNED TO MARKET ECONOMY	223
Skards Ilmars, Strazdina Vija THE CHANGES OF ENVIRONMENT OF MARKETING IN BALTIC STATES, BELARUS AND UKRAINE DURING THE CHANGING PERIOD FROM PLANNED TO MARKET ECONOMY	223
Skards Ilmars, Anspoka Maija SWITCHING OVER PERIOD FROM PLANNED TO MARKET ECONOMY CHARACTERISED BY INCREASED DEATH RATES	224
Соколов Д.В. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	225
Соколов И.Н. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В СИСТЕМЕ ПУБЛИК РЕЛИЙНШЗ (PR) В УСЛОВИЯХ ОРГАНИЗАЦИИ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	225
Сосновский О.А., Роцинский М.Н. СОЗДАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ	226
Стабулниеце Лайла ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ ЛАТВИИ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ	227
Aniela Styś ORIENTACJA MARKETINGOWA JAKO FUNKCJA ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM	229
Стасюкевич С.В. ЛОГИСТИКА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	230
Стеценко И.П. ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ИНТЕГРАЦИИ ГОСУДАРСТВ	231
Стрелец В.К. ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА НА СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОМ РЫНКЕ	232
Судник В.В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ГРУПП (ЛПФГ)	233
Сухотская Н.Н. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	234
Сучкова И.А. КАЧЕСТВО В СФЕРЕ УСЛУГ	235
Сюсюкина Л.А., Ольферович А.Б. МЕХАНИЗМ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	236
Тарарышкіна Л.И. УЧАСТИЕ В ИНТЕГРАЦИОННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ГРУППИРОВКАХ	237
Тимошенко И.Б. БЕЛОРУССИЯ В УСЛОВИЯХ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ	237
Тягоненко Т.П. РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	238

<i>Ткачев М.Н.</i>		
УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМИ РЕКЛАМНЫМИ КАМПАНИЯМИ		239
<i>Трус А.И.</i>		
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ		240
<i>Трухин В.А.</i>		
ПРОДВИЖЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБЛИГАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК		242
<i>Тур В.М.</i>		
УПРАВЛЕНИИ ОПЛАТОЙ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ		243
<i>Турбан Г.В.</i>		
ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ		244
<i>Уриш И.В.</i>		
УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ		245
<i>Файзрахманов Ф.М.</i>		
МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ		246
<i>Федосевич И.И.</i>		
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ		247
<i>Флерко С.Л.</i>		
ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ		248
<i>Хартман Е.А.</i>		
ПРОДУКТОВАЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ		251
<i>Хорошун Н.В.</i>		
ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ		252
<i>Циутчик О.В.</i>		
АНАЛИЗ И ПЛАНИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА СП «ЧЕВЛЯР»		252
<i>Цыганков А.А.</i>		
ПРИМЕНЕНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ДИНАМИКИ ЦЕН		253
<i>Черненко О.Г.</i>		
РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ INTERNET		254
<i>Черник Н.Ю.</i>		
ПРАВОВАЯ ОХРАНА ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В СЕТИ INTERNET		256
<i>Черноштан Ж.</i>		
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ В СФЕРЕ ПРИВАТНОГО ОБРАЗОВАНИЯ		257
<i>Черный В.П.</i>		
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ		259
<i>Чуешов В.И.</i>		
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ПЕРСПЕКТИВЕ		260
<i>Шаврук Д.С.</i>		
ВСТУПЛЕНИЕ КИТАЯ В ВТО – ВАЖНЫЙ СТИМУЛ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ КИТАЙСКО-АМЕРИКАНСКОГО ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА		260
<i>Шаврук С.В.</i>		
МЕЖДУНАРОДНЫЕ АЛЬЯНСЫ В СФЕРЕ АВИАЦИОННЫХ ПЕРЕВОЗОК – ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ		261
<i>Шаврук И.В.</i>		
ПРИСОЕДИНЕНИЕ КНР К ВТО И ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ		263
<i>Шалковская Е.И.</i>		
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ		264
<i>Шахнович С.В., Шахнович Е.С.</i>		
ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА НА БЕЛАРУСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ		265
<i>Шевченко О.В.</i>		
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ		266
<i>Шейнов В.П.</i>		
ВЛИЯНИЕ ПОВЕДЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ПЕРЕГОВОРОВ НА ИХ ИСХОД		266
<i>Шилович А.Н.</i>		
СТАНОВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СИСТЕМ		268

<i>Шингирей С.А., Зябрева Л.В.</i>	
РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	269
<i>Шиханцов Г.Г.</i>	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕРЕСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ	269
<i>Шкутько О.Н.</i>	
АНАЛИЗ РЫНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	271
<i>Шумских И.С.</i>	
РИСК В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	271
<i>Шутилин В.Ю.</i>	
ПЛАНИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА	273
<i>Щербич Г.А.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	274
<i>Юрова С.И.</i>	
ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ	275
<i>Яровая Н.П.</i>	
СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ	275
<i>Яшева Г.А.</i>	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В INTERNET	276
<i>P. Reusch, P. Reusch</i>	
CALL CENTER – KOMMUNIKATIONSZENTREN	277
<i>Sylvia Wrona</i>	
MARKA I JEJ ZNACZENIE W WYBORACH KONSUMENTÓW ORAZ DZIAŁANIACH PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH	279