

Подсекция “Маркетинг”

Научный руководитель: Бородин В.А., д.э.н., профессор АлтГТУ

Секретарь: Плотникова Т.В., доцент каф. ЭИПМ

26 апреля ауд. 207гк 10:00

1. Абдрахимов И.Р. , Зайцев И.С., Карья Е.Н., Любицкий Д.В. – ст. гр. Ма-31, науч. рук. - Бородин В.А. Инновационные информационные системы как инструмент повышения качества образовательного процесса в ВУЗе.
2. Абраменко Е.В – ст. гр.ЭУП-21, науч. рук. – Лукина Е.В.Сравнительный анализ методик оценки маркетинговой деятельности.
3. Баяндин И. В.- ст. гр. СП-31 , науч. рук. – Мачин К.А. Планирование жизни индивида, как прикладной аспект теории планирования к личности человека.
4. Белькина А.В., Черкасова А.К. – ст. гр. Ма-41, науч. рук. – Белова Т.Ю. Мерчандайзинг и его проблемы в России.
5. Вострикова Т., Щербакова К. – ст. гр. Ма-31, науч. рук. – Бородина О.П. Бенчмаркетинг.
6. Гредасова Е.Н. – ст. гр.Ма-41. Науч. рук. – Болховитина Е.Н. Маркетинговый подход к определению конкурентоспособности продукции.
7. Ерш Е.В. – ст. гр. Ма-21, науч. рук. – Болховитина Е.Н. Аутсорсинг – как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
8. Заключаяев М.Л. – ст. гр. Ма-51, науч. рук. – Бессонова Н.Б. Место стандартизации в маркетинге.
9. Заключаяев М.Л. – ст. гр. Ма-51, науч. рук. - Болховитина Е.Н. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятий Алтайского края на региональных рынках (на примере пищевой промышленности).
10. Иванова И.А. – ст. гр. ЭУП-31, науч. рук. – Карпова В.А. Влияние бренда города на его инвестиционную привлекательность в социальной сфере.
11. Кобозев О.В. – ст. гр. ЭУП-31, науч. рук. – Родина Г.Е. Способы повышения коммуникативной эффективности наружной рекламы.
12. Кобозев О.В. – ст. гр. ЭУП-31, науч. рук. – Угарова Ю.В. Проблемы продвижения бренда.
13. Кухаренко Е.В. – ст. гр. Ма-41. науч. рук. – Томашев М.В. Концепция CRM как философия ведения бизнеса.
14. Леоненко А.С. – ст. гр. Ма-31, науч. рук. – Никитина О.Л. Entertainment marketing.
15. Липезина И.А. - ст. гр. ЭУП-31, науч. рук. – Карпова В.А. «Лояльные» ухищрения.
16. Ломакин Д.С. – ст. гр. ЭТ-31, науч. рук. – Бессонова Н.Б. Роль и значение рекламы в современных условиях.
17. Мамула Е. – ст. гр., науч. рук. – Бородина О.П. Организация выставочно-ярмарочной деятельности на примере региона – Алтайского края.
18. Нечаенко Н., Садовникова А. – ст. гр. Ма-51, науч. рук. - Аветисян П.М. Моделирование поведения рыночных партнеров (теоретико-методологический аспект).
19. Савченко Н.А. – ст. гр. ЭУП-31, науч. рук. – Карпова В.А. Маркетинг как средство создания инвестиционно привлекательного образа города.
20. Сувалова Т.В. – ст. гр. ЭУП-41, науч. рук. – Родина Г.Е. Перспективы использования активных средств ВТЛ рекламы в России.
21. Таран Н. – ст. гр. , науч. рук. – Бородина О.П. Исследование и прогнозирование объема спроса на потребительском рынке.
22. Черненко К.В. – ст.гр. ЭТ-31, науч. рук. – Бессонова Н.Б. Повышение эффективности прямого маркетинга.
23. Шарапова М.В. – ст. гр. Ма-31, науч. рук. – Никитина О.Л. Перспективы развития кейтеринга в Барнауле.
24. Щербакова К. – ст. гр. Ма-31, науч. рук. – Бородина О.П. Аромамаркетинг.