

ISSN 2078-6921

Эл № ФС77-46167

Маркетинг МВА
Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

2012 год Том № 3 Выпуск № 1
Issue № 3 Volume № 1



< 2078 6922 >



Маркетинг МВА

Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

Главный редактор:

Сидорчук Роман Роальдович, кандидат экономических наук
Editor Sidorchuk Roman Roaldovich, Ph.D.

Ответственный редактор: Алексей Самойлов

Liability editor: Alexei Samoilov

Адрес: 129018, Россия, г. Москва, Складочная ул. д.1, стр. 18, оф. 429.

Address: 129 018, Moscow, Russia, Skladochnaya Street. d.1, str. 18, of. 429

Электронный адрес: info@marketing-mba.ru

E-mail: info@marketing-mba.ru

Учредитель и издатель: Сидорчук Р.Р. и RSonsult ©

Founder and publisher: Sidorchuk R.R. & RSonsult ©

ОН-лайн Научный журнал: www.marketing-mba.ru

ON-line Scientific Journal: www.marketing-mba.ru

Copyright © On-line Journal Marketing management firms.
Marketing MBA. 2010. All Rights Reserved.

2012 год Том № 3 Выпуск № 1
Issue № 3 Volume № 1

Содержание

Contents

Филобокова Л.Ю., д.э.н., профессор Московского финансово-юридического университета (МФЮА)

Целевая нагрузка, функциональная роль малого предпринимательства в условиях модернизации и глобализации экономических процессов 4

Filobokova, Lyudmila, E.D., professor, The Moscow financially-legal university(MFJUA)
Target loading, functional role of small business in the conditions of modernization and globalization of economic processes

Зотов В.Н., к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им Г.В. Плеханова

Современная реклама образовательных услуг в системе образования 6

Zotov, Viktor, Ph.D., assistant professor of marketing the of Plekhanov Russian University of Economics

Modern advertising of educational services in the education system

Корепанов В.К., научный сотрудник ГАОУ ВПО «Альметьевского государственного института муниципальной службы»

Маркетинг банковских услуг на примере ОАО АКБ «Ак Барс» 8

Korepanov, Valeriy, research associate Almetyevsk State Institute of Municipal Services

Marketing of banking services in case of OJSC "AK BARS" Bank

Бабынина Г. М., доцент, УО «Белорусский государственный экономический университет» Бобруйский филиал

Основная цель анализа затрат в условиях рынка – выявить оптимальное соотношение между затратами и доходами 10

Babynina, Halina, assistant professor, Belorussian State Economic University, UA Bobruisk branch, Republic of Belarus

The main purpose of the expenses analysis in the market conditions is to reveal optimum relationship between costs and income

Бабынина Г. М., доцент, УО «Белорусский государственный экономический университет» Бобруйский филиал

Кузьминов В. В., УО «Белорусский государственный экономический университет» Бобруйский филиал

Процесс моделирования деятельности предприятия с использованием 12

расчета сумм покрытия на базе полных затрат

Babynina Halina, *assistant professor, Belorussian State Economic University, UA Bobruisk branch, Republic of Belarus*

Kuzminov, Vyacheslav, *Belorussian State Economic University, UA Bobruisk branch, Republic of Belarus*

First article the process of modeling of an enterprise activity considering calculating the reimbursement sums based on full costs

Полещук Надежда Александровна, к.э.н., кафедра маркетинга, Белорусского государственного экономического университета

Модель стоимости затрат в экономических системах с помощью сетей Петри

14

Paliashchuk Nadzeya, *PhD, marketing department Belarussian State Economic University*
Cost modeling in economic systems using petri nets

Филобокова Л.Ю., д.э.н., профессор,
Московского финансово-юридического
университета (МФЮА)
filobokova@list.ru

**Целевая нагрузка, функциональная роль малого
предпринимательства в условиях модернизации и
глобализации экономических процессов**

Аннотация

Малое предпринимательство несет целевую, инструментальную, социальную нагрузку, успешная реализация которых позволяет надеяться, что его инициативность, динамичность при сравнительно небольших затратах на развитие, способно в течение 4-5 лет обеспечить модернизацию экономики и дать не менее 40% ВВП.

Ключевые слова: регион, модернизация, управление предприятием, маркетинг, малый бизнес, малое предпринимательство, малый бизнес.

RePEc: L1, O29

Filobokova, Lyudmila,
doctor of Economics, professor,
The Moscow financially-legal university (MFJUA)
filobokova@list.ru

Target loading, functional role of small business in the conditions of modernization and globalization of economic processes

Abstract

Small business bears the target, tool, social loading which successful realization allows to hope that its initiative, dynamism at rather small expenses for development, is capable within 4-5 years to provide modernization of economy and to give not less than 40 % of gross national product.

Keywords: *region; modernization, business management small business, small business, small business.*

RePEc: *L1, O29*

Зотов В.Н., к.э.н.
доцент кафедры маркетинга
РЭУ им Г.В. Плеханова
bu-rsa@mail.ru

Современная реклама образовательных услуг в системе образования

Аннотация

Перед организациями образования постоянно возникают вопросы: «Где найти желающих учиться и платежеспособность учащихся? Чему учить? Сколько учить? Сколько брать денег? Какую рекламу делать?» Найти ответы на подобные вопросы можно найти в данной статье.

Ключевые слова: Коммуникации в маркетинге, личные контакты и продажи, качество образования, современная реклама образовательных услуг, содержательная информация, рекламное обращение, целевая аудитория, эмоциональный отклик, коммерческая эффективность рекламы, информативная реклама, связи с общественностью.

RePEc: M13, M31, A2, I2

Zotov, Viktor, Ph.D.,
assistant professor of marketing the
of Plekhanov Russian University of Economics
bu-rsa@mail.ru

Modern advertising of educational services in the education system

Abstract

Before the educational organizations are constantly arising questions: "Where can I find willing to learn and ability to pay students? What to teach? How to teach? How to take the money? What kind of advertising do?" Find the answers to these questions can be found in this article.

Keywords: *Communication in marketing, sales and personal contacts, the quality of education, modern advertising educational services, meaningful information, advertising appeal, target audience, an emotional response, commercial advertising effectiveness, and informative advertising, public relations.*

RePEc: M13, M31, A2, I2

Корепанов В.К., научный сотрудник
ГАОУ ВПО «Альметьевского государственного
института муниципальной службы»
vipcuore@gmail.com

Маркетинг банковских услуг на примере ОАО АКБ «АК БАРС»

Аннотация

Высшей целью деятельности банка является превышение доходов над затратами (расходами), т.е. достижение наибольшей прибыли и наиболее высокой рентабельности (в частности отдачи от инвестиций).

При этом у банка должны существовать объективные инструменты оценки рентабельности банковской деятельности и путей ее роста. Достижение этой цели в условиях рыночной экономики возможно только при условии оказания востребованных потребителями услуг. При этом предполагается соподчиненность (в рамках долгосрочной стратегии развития) двух целей кредитной организации - удовлетворение потребностей клиентов и получение прибыли - при оказании банковских услуг и осуществлении небанковских операций.

В данной работе мы анализируем состояние маркетинга услуг ОАО АКБ «АК Барс».

Ключевые слова: маркетинг услуг, рентабельность банка, прибыль, клиентоориентированный подход, е-банкинг

RePEc: G21, H81, E44

Korepanov, Valeriy,
research associate,
Almetyevsk State Institute of Municipal Services
vipcuore@gmail.com

Marketing of banking services in case of OJSC "AK BARS" Bank

Abstract

The supreme goal of the bank is exceeding revenues (yield) over expenditures (expenses), i.e. achieving the greatest gains possible and highest profitability (e.g. rate of return on investment).

At the same time, a set of effective tools should exist for assessing banking profitability (returns of the bank) and ways for its growth. Achieving this target under market economy conditions is possible only if providing consumers with services in demand. In this case, subordination to the common goal is assumed [in the framework of long-term development strategy] for two objectives of credit institutions, i.e. customer satisfaction and making a profit via excellent quality, in the delivery of banking services and non-bank financial operations.

In the paper presented, contemporary state of service marketing of OJSC "AK Bars" Bank is examined.

Keywords: service marketing, bank profitability, profit, customer-oriented approach, e-banking

RePEc: G21,H81, E44

Бабынина Г. М., доцент,
УО «Белорусский государственный
экономический университет», Бобруйский филиал
BGM.galina2408@yandex.ru

**Основная цель анализа затрат в условиях рынка – выявить
оптимальное соотношение между затратами и доходами**

Аннотация

Калькуляция фактической себестоимости изделия не может прямо использоваться при установлении продажной цены, но ее следует принимать во внимание при рассмотрении вопроса о выпуске товара, предполагаемая цена реализации которого установлена с учетом условий рынка

Ключевые слова: полные затраты, постоянные затраты, выручка от реализации, прибыль, рентабельность, банки, кредитование предприятий

RePEc: G21,H81, E44

Babynina, Halina, *assistant professor,*
Belorussian State Economic University,
UA Bobruisk branch, Republic of Belarus
BGM.galina2408@yandex.ru

*The main purpose of the expenses analysis in the market conditions is to
reveal optimum relationship between costs and income*

Abstract

When selling price is quoted, calculation of the product actual cost cannot be taken into account exercising the product output planning and for this the suggested sale price should be stated according to market conditions.

Keywords: *banks, credit to companies, full costs, fixed costs, sales proceeds, profit, profitability*

RePEc: G21,H81, E44

Бабынина Г. М., доцент,
УО «Белорусский государственный
экономический университет» Бобруйский филиал
BGM.galina2408@yandex.ru

Кузьминов В. В.,
УО «Белорусский государственный
экономический университет» Бобруйский филиал

Процесс моделирования деятельности предприятия с использованием расчета сумм покрытия на базе полных затрат

Аннотация

Преимущества метода сумм покрытия затрат состоят в возможности проведения на его базе дифференцированного анализа постоянных затрат и результатов деятельности предприятия через промежуточные результаты. Особенно важным является планирование прибыли на основе сумм покрытия при колебаниях загрузки мощностей

Ключевые слова: полные затраты, постоянные затраты, сумма покрытия, объем выпуска, цена, эффективность, прибыль

RePEc: G21, H81, E44

Babynina, Halina,
assistant professor,
Belorussian State Economic University,
UA Bobruisk branch, Republic of Belarus
BGM.galina2408@yandex.ru
Kuzminov, Vyacheslav,
Belorussian State Economic University,
UA Bobruisk branch, Republic of Belarus

***First article the process of modeling of an enterprise activity considering
calculating the reimbursement sums based on full costs***

Abstract

The advantages of the reimbursement sums method are in conducting on its basis of the differentiated analysis of fixed costs and the enterprise activity through intermediate results. The most important thing is in profit planning on the ground of reimbursement sums under swinging in production

Keywords: *full costs, fixed costs, cover amount, manufacturing capacity, price, efficiency, profit.*

RePEc: G21,H81, E44

Полещук Н. А., к.э.н.,
кафедра маркетинга,
Белорусского государственного
экономического университета,
npoleschuk@tut.by

Модель стоимости затрат в экономических системах с помощью сетей Петри

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы моделирования затрат на основе аппарата сетей Петри для выявления несогласованности и дублирования операций, составляющих процессы, а также рациональной последовательности их выполнения, и за счет этого сокращения общей величины затрат. Применение аппарата сетей Петри позволяет определить оптимальную последовательность операций моделируемого процесса, а также время и затраты на его выполнение в разрезе различных заказов разных покупателей.

Ключевые слова: бизнес-процесс, операция, затраты, сеть Петри, моделирование.

RePEc: M21, C53, O24.

Paliashchuk, Nadzeya, PhD,
marketing department
Belarusian State Economic University,
npoleschuk@tut.by

Cost modeling in economic systems using petri nets

Abstract

This paper presents the questions of cost modeling based on Petri Nets to detect inconsistencies and duplication of operations that make the processes, as well as a rational sequence of their execution, and thereby to reduce the total costs. The application of the apparatus of Petri Nets makes it possible to define the optimal sequence of model-based process, as well as time and costs for the process from the point of view of various orders of different customers.

Keywords: *operation, Petri net, business process, expenses, modeling.*

RePEc: *M21, C53, O24.*