

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА

**РАЗВИТИЕ
ФОРМ
МЕЖФИРМЕННОЙ
КООПЕРАЦИИ**

СЕТИ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА

РАЗВИТИЕ ФОРМ МЕЖФИРМЕННОЙ КООПЕРАЦИИ

СЕТИ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

Доклады участников Сети мастерства
на Международной научно-практической конференции
«Новые направления развития маркетинга:
взаимодействия и партнерские отношения»

Москва
15—16 ноября 2007 г.



Издательский дом ГУ ВШЭ
Москва 2008

УДК 339.138(082)

ББК 65.290-2

P17

Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения: докл. участников Сети мастерства [Текст] / Гос. ун-т — Высшая школа экономики; ф-т менеджмента. — М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. — 294, [2] с. — 300 экз. — ISBN 978-5-7598-0651-6 (в обл.).

Основу сборника составили доклады участников Сети мастерства «Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения» на Международной научно-практической конференции «Новые направления развития маркетинга: взаимодействия и партнерские отношения», состоявшейся в Государственном университете — Высшей школе экономики (Москва, 15–16 ноября 2007 г.).

Включенные в сборник доклады распределены по трем важным направлениям научно-практической деятельности участников Сети мастерства: 1) сети и взаимоотношения; 2) эффективность маркетинга: оценка и управление; 3) внутренний и региональный маркетинг. Сборник открывает доклад научного руководителя Сети мастерства заведующего кафедрой маркетинга Государственного университета — Высшей школы экономики профессора О.А. Третьяк, прочитанный на пленарном заседании конференции и посвященный первым результатам работы Сети мастерства.

Издание настоящего сборника, профинансированное факультетом менеджмента ГУ ВШЭ, в определенной мере завершает начальный этап работы Сети мастерства, развитие которой, по замыслу ее организаторов и участников, должно способствовать распространению знаний по новым направлениям маркетинга, связанным с развитием новых форм межфирменной кооперации, объединению разрозненных исследовательских и образовательных инициатив.

Доклады публикуются в авторской редакции.

УДК 339.138(082)

ББК 65.290-2

ISBN 978-5-7598-0651-6

© Кафедра маркетинга факультета менеджмента ГУ ВШЭ, 2008

© Оформление. Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

Сети и взаимоотношения

Третьяк О.А., Попов Н.И.

Сеть мастерства «развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения»: результаты проекта..... 7

Шерешева М.Ю.

Типы сетевого межфирменного взаимодействия 24

Куц С.П., Смирнова М.М.

Управление взаимоотношениями с ключевыми поставщиками: можно ли анализировать взаимодействие через распределение ответственности?..... 60

Goduscheit René Chester

Networks and Networks: Social Network Theory vs. the IMP Tradition. A Theoretical Discussion 78

Попова Ю.Ф.

Управление межфирменными отношениями в цепи поставок: по материалам отраслевого анализа 90

Юлдашева О.У., Никифорова С.В., Дзюменко И.Н.

Управление лояльностью бизнес-партнеров в рыночных сетях 102

Капустина Л.М.

Маркетинг партнерских отношений на фармацевтическом рынке 119

Бек М.А., Бек Н.Н.

Маркетинговые аспекты развития государственно-частных партнерств..... 142

Эффективность маркетинга: оценка и управление

Ойнер О.К., Щербакова Е.В.

Интегрированная модель управления результативностью маркетинга в компании 163

Ольховников А.В., Линейцева А.С.

Методологические подходы к исследованию эффективности воздействия рекламы на потребителя 191

Внутренний и региональный маркетинг

- Зеленова О.И., Латышова Л.С., Пантелеева Е.К.*
Влияние внутреннего маркетинга на достижение рыночных целей компании 209
- Неганов С.А., Неганова И.С.*
Внутренний маркетинг как инструмент построения партнерских отношений в организации 226
- Светник Т.В., Боровских И.В.*
Маркетинг как основа комплексного совершенствования деятельности промышленного предприятия 241
- Калюжнова Н.Я., Лидин К.Л.*
Имидж региона как интегральный маркетинговый продукт 257
- Малин А.С.*
Региональный маркетинг: разновидность территориального маркетинга 274
- Карпова Т.Ю.*
Муниципальный маркетинг: разновидность территориального маркетинга и инновация в муниципальном управлении 280

